

It's a match! Darauf schauen Firmen bei der Kreativpartner-Suche

Die Kundenakquisition ist die eine Seite. Für Unternehmen ist die Suche nach der passenden Agentur, dem idealen Grafiker oder dem richtigen Texter die andere. Manche wollen gleich den Wunderwuzzi, der so viel als möglich löst. Aber es zählen noch andere Faktoren.

In der Praxis zeigt sich oft, dass die Vorstellungen von Kunden und Kreativpartnern voneinander abweichen, wenn es um die Leistungen geht. Die Fachgruppe Werbung und Marktkommunikation erstellte bereits 2019 eine Branchenstudie, in der neben Stundensätzen und Honoraren weitere Auswahlkriterien von Auftraggebern abgefragt wurden. Es kristallisierten sich sieben wichtige Kriterien heraus, auf die in erster Linie geschaut wird.

Finden: Um die Nadel im Heuhaufen zu finden, nämlich Sie, stehen an erster Stelle Empfehlungen und persönliche Kontakte. Der Bekanntenkreis ist für die meisten Entscheider ausschlaggebend, hier fragen sie nach. Weiters nimmt die Onlinerecherche einen wichtigen Stellenwert ein, um nach geeigneten Kreativbetrieben zu suchen.

Referenzen: Eine enorme Bedeutung haben Referenzen. Sie zeigen konkret, was der Kreativdienstleister bereits erfolgreich umgesetzt hat. Stellen Sie dar, was Sie für Ihre Kunden gelöst haben und welchen Nutzen der Auftraggeber daraus zieht. Was für Sie vielleicht auf der Hand liegt, ist für den Kunden möglicherweise nicht so einfach nachvollziehbar.

Onlinesuche: Unternehmen acht en auf Professionalität, Benutzerfreundlichkeit und Aktualität.

Leistungen: Auftraggeber wollen kreative Ideen und optisch ansprechende Designkonzepte. Was in den letzten Jahren extrem an Bedeutung gewonnen hat, ist die Beratung in marketingtechnischen Fragen, z. B. zu Zielgruppen, Positionierung und mehr.

Persönliches Gespräch: Acht von zehn Auftraggebern halten das persönliche Gespräch mit der Eigenpräsentation des künftigen Partners für sehr wichtig oder wichtig. Die Vorstellung dient als Türöffner. Sie kann in vielen Fällen als Basis für die künftige Zusammenarbeit zwischen Auftraggeber und Werbeunternehmen an Bedeutung gewinnen. Das geht auch online, wie alle gelernt haben …

Preis: Natürlich müssen Betriebe auf die Kosten achten. Umso wichtiger ist es, eine transparente Kalkulation und Honorargestaltung anzubieten. Immerhin für rund 87 Prozent der Auftraggeber ist das Preisniveau des Anbieters ein sehr wichtiges oder wichtiges Auswahlkriterium. Der Preis rückt umso mehr in den Mittelpunkt, je weniger Unterscheidungsmerkmale ein Produkt oder Leistungsangebot für den, der den Auftrag erteilen soll, aufweist. Kommunizieren Sie die eigene Spezialisierung und Expertise!

Transparente Kalkulation: Hier gibt es offensichtlich für viele Kreativbetriebe Aufholbedarf, denn 89 Prozent der Entscheider führten bei der Studie an, dass Leistungsnachweise und eine transparente Kalkulation der Arbeiten für sie wichtig bis sehr wichtig sind.

Weitere Informationen:

Mehr Details zur Branchenstudie 2019:
Auswahlkriterien
Stundensätze und Honorare

Foto: iStock.com/nortonrsx