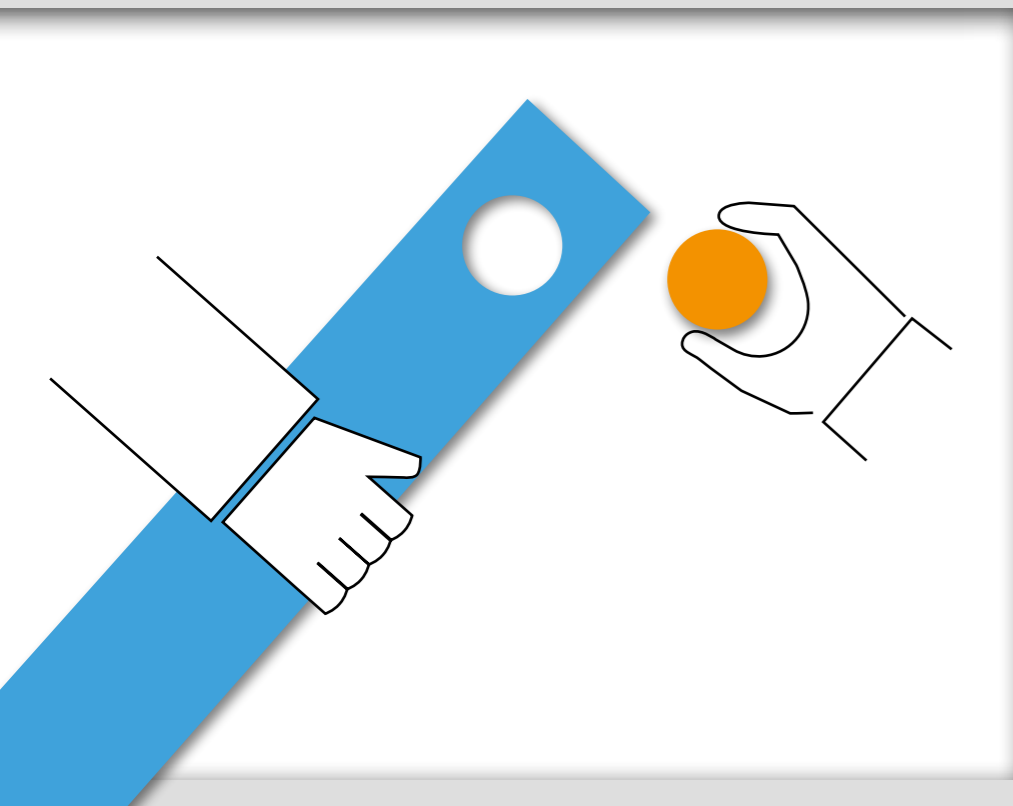




ABSTIMMUNG | KOMMUNIKATION | INFORMATION

LEITFADEN ZUR AGENTURSUCHE



DAS A UND O IST, DASS **DIE CHEMIE** STIMMT.

AKI-KOMMUNIKATION

DIE MARKETING-AGENTUR FÜR IHRE BEDÜRFNISSE:

Was sollten Sie berücksichtigen bei der Wahl Ihrer Marketing-Begleitung?
Wir geben Ihnen **Anhaltspunkte** und haben für Sie einen Leitfaden kreiert.
Im Folgenden finden Sie Informationen, welche Sie bei der Wahl Ihrer Agentur berücksichtigen sollten:

CHEMIE

- Die mit großem Abstand wichtigste Bedingung:
Stimmt die Chemie zwischen den Akteuren, also zwischen Ihnen und uns?
In einer partnerschaftlichen Zusammenarbeit entstehen kreativ und effizient die erfolgreichsten Kampagnen.

KAPAZITÄTEN

- Hat AKI-Kommunikation das nötige **Personal und ausreichende Kapazitäten?**
Es ist die Kombination aus Menschen und verfügbarer Zeit, mit der Aufgaben wirklich 100-prozentig erfüllt werden.

MENSCHEN

- Sind die ersten Ansprechpartner der Agentur auch **die Menschen**, die dann für Sie arbeiten? Das ist bei uns gewährleistet!

ERFAHRUNG

- Hat AKI-Kommunikation die **fachspezifische Erfahrung** für Ihre Produkte?
Vorab: Natürlich arbeiten wir uns intensiv in Ihre Produktwelt ein! Auch lieben wir erklärungsbedürftige Produkte. Mechaniken und Medien, die im Marketing eingesetzt werden, sind in allen Branchen und Bereichen nahezu identisch. Sie alle folgen dem klassischen AIDA-Konzept, das heute mehr denn je Gültigkeit besitzt.

AIDA

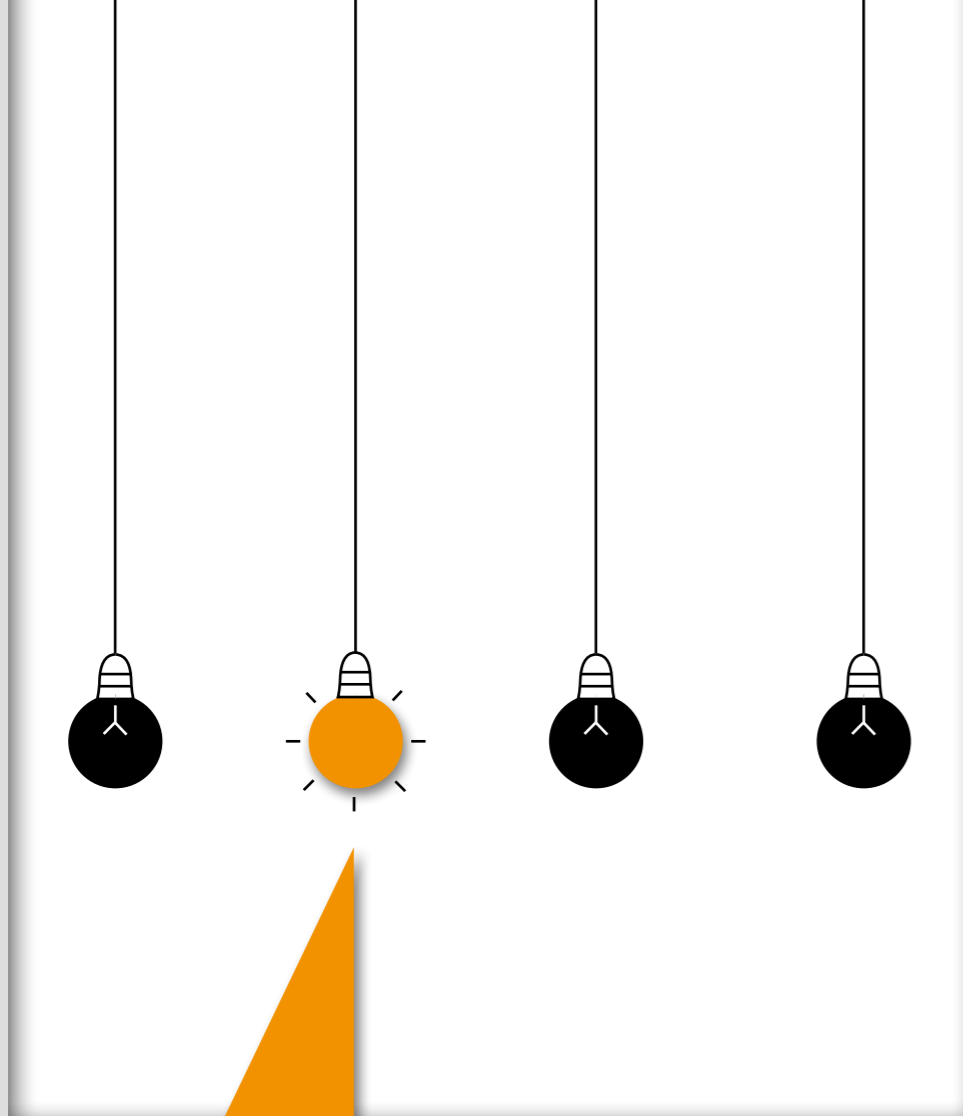
Stufe 1: **A – Attention (Aufmerksamkeit)**

Stufe 2: **I – Interest (Interesse)**

Stufe 3: **D – Desire (Wunsch)**

Stufe 4: **A – Action (Handlung)**

Und von allen relevanten Agenturen kann man verlangen, dass sie Themen wie Markenpositionierung, Promotions, Direct Marketing, Copy-Strategie, Reason Why, Consumer Benefit usw. aus dem „Effe“ beherrschen.



WENN IDEEN ZU STRAHLEN BEGINNEN...

EXPERTISE

- Geht es aber um **KPIs, komplexere Statistiken oder betriebswirtschaftliches Verständnis**, wird das Feld der Bewerber deutlich dünner. Wir bieten Ihnen hierzu eine entsprechende Expertise.

BEZIEHUNGEN

- Als Kunde sollte man sich sicher fühlen, dass die Agentur über Disziplin und Ordnungssinn verfügt. Das sind unseres Erachtens wesentliche Assets zur **Erhaltung langfristiger Kundenbeziehungen**. Das gesamte Portfolio ist bekannt und liegt vor, sodass immer ein ganzheitliches Arbeiten möglich ist.

KREATIVITÄT

- **Kreativität**, und zwar ein hohes Maß bis hin zu sogenannten „Out-of-the-Box-Ideen“. Das bieten wir Ihnen grundsätzlich und können sie voraussetzen. Doch bei aller Liebe zur Kreativität: Sie hat dem wirtschaftlichen Nutzen zu folgen und nicht umgekehrt und das verkörpern wir.

VERTRIEB

- Vertriebsunterstützung: AKI-Kommunikation verfügt über **vertriebsorientierte Mitarbeiter**, die wissen, was draußen an der Front los ist. Online-Marketing allein macht noch keine heile Welt!

MODERN

- Ortsnähe ist kein wesentlicher Faktor für die Wahl der Agentur. Die **modernen Formen der Kommunikation** haben dieses Thema an den Rand gedrückt. Es existieren bereits erprobte Workflow-Systeme, die ein phantastisches Hand-in-Hand-Arbeiten ermöglichen.

FESTER STAMM

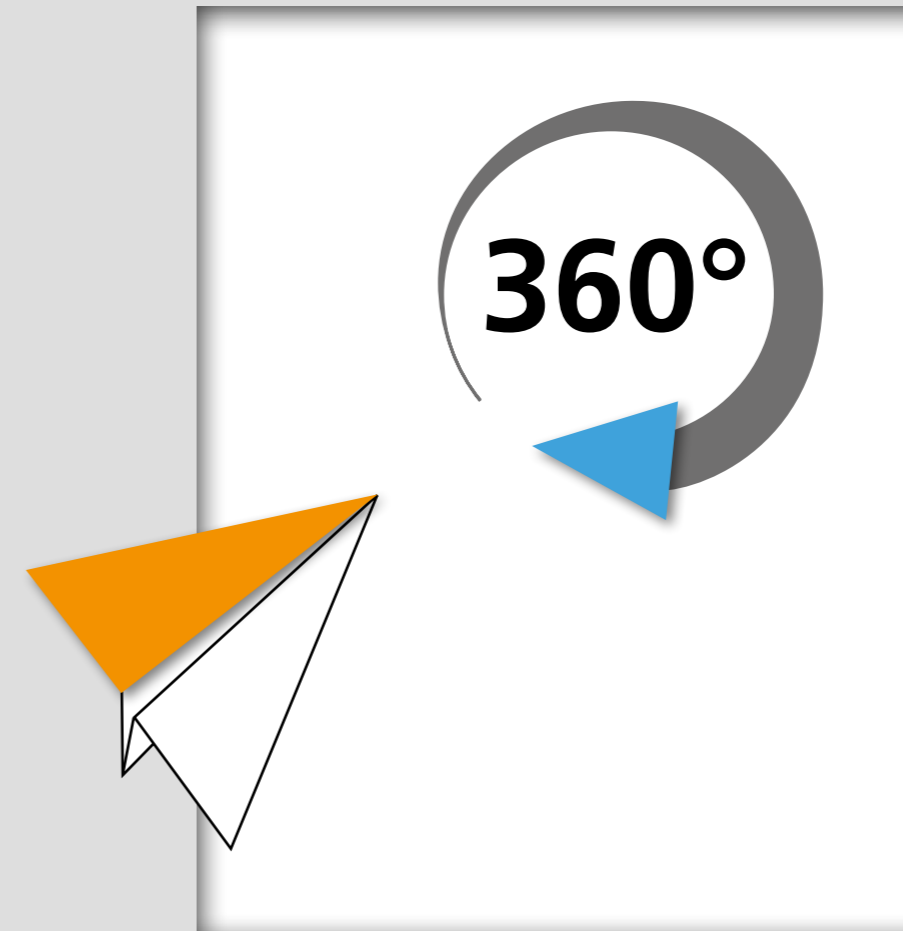
- Wir bieten einen **festen Stamm an Mitarbeitern**, was wir als Kunde bevorzugen würden. Da weiß man auch noch nach Jahren, was man hat. Freelancer kommen und gehen – mit ihnen auch das gesamte Know-How, weshalb der Kunde wieder ganz am Anfang steht. Wir stellen für Sie ein Team von Spezialisten zusammen: Ob stark serviceorientiert, strategisch und beratend, B2C oder B2B.

KONTINUITÄT QUALITÄT

- Inhaberagentur oder Netzwerkagentur? Die Entscheidung ist sicherlich nicht leicht. Wir empfehlen die inhabergeführte Agentur, so, wie wir es sind! Wir garantieren Ihnen als inhabergeführte Agentur auf lange Sicht immer **Kontinuität und langfristige Qualität!** Eine Kundenbindung nach innen und außen ist der goldene Boden.

DIESE TIPPS UND GEDANKEN KÖNNEN WIR IHNEN MIT AUF DEN WEG GEBEN:

- Recherchieren Sie gründlich nach der **Kernleistung** der Agentur.
- Erstellen Sie keine Longlist, die Sie dann mit Standard-Formularen oder mit Honorarlisten abfragen, sondern planen Sie **Gesprächstermine**. Wir nehmen Sie beim Wort und schauen bei Ihnen vorbei.
Klar, das bedeutet mehr Zeitaufwand, aber gleichzeitig auch ein besseres Ergebnis. Und bitte – nehmen Sie sich Zeit für uns, wir möchten diese Zeit auch gerne mit Ihnen nutzen. Wir „rattern“ keine PowerPoint-Präsentation runter, wir möchten auch ein echtes Gespräch führen.
- AKI-Kommunikation möchte gerne mit Ihnen in einem **Workshop zusammensitzen**. Denn nur dort erleben Sie, wie wir, mit denen Sie zusammenarbeiten möchten, performen.
- Besinnen Sie sich auf eine perfekte Basis – die **Strategie**. Sie können uns zutrauen, dass Sie mit uns zusammen das so immens wichtige Fundament Ihrer Kommunikation aufbauen und daraus resultierend die Kreativ-Ideen entwickelt werden.
- Schauen Sie genau hin, wie wir Sie verstehen, wie wir Ihnen zuhören und **wie wir Ihnen Bälle zu- oder zurückspielen**. AKI-Kommunikation macht den Unterschied aus zu „Schubladen-Ideen, Standardaussagen, Phrasen-Dreschern oder Buzzword-Feuerwerken“.
- Suchen Sie sich **Spezialisten für die verschiedenen Phasen**: Wem trauen Sie es zu, mit Ihnen zusammen die beste Strategie für Ihre Kommunikation zu entwickeln? Das beste Konzept für einzelne Maßnahmen oder die beste Kreativ-Idee? Wer ist der beste Partner, dies nun für die einzelnen Kanäle auszuarbeiten und konkret umzusetzen? Wer sagt eigentlich, dass verschiedene Agenturen nicht auch zusammenarbeiten können?
Wir tun das auf Wunsch des Öfteren. Wir entwickeln die Strategie und die Konzeption für unsere Kunden, geben es dann z. B. an eine Design-Agentur, die das Kommunikationsdesign entwickelt und dann geht es in die Umsetzung an wiederum verschiedene Partner – Web-Spezialisten, Programmierer usw. Wir übernehmen dabei die Supervision, um sicherzustellen, dass festgelegte Ziele verfolgt und erreicht werden. Sie denken, das ist teuer? Nein – es ist einfach besser, weil jeder macht, was er am besten kann.



DIE 360°-AGENTUR – RUNDUM BETREUT.

KERNLEISTUNG

ECHTES GESPRÄCH

WORKSHOP

STRATEGIE

BÄLLE SPIELEN

SPEZIALISTEN

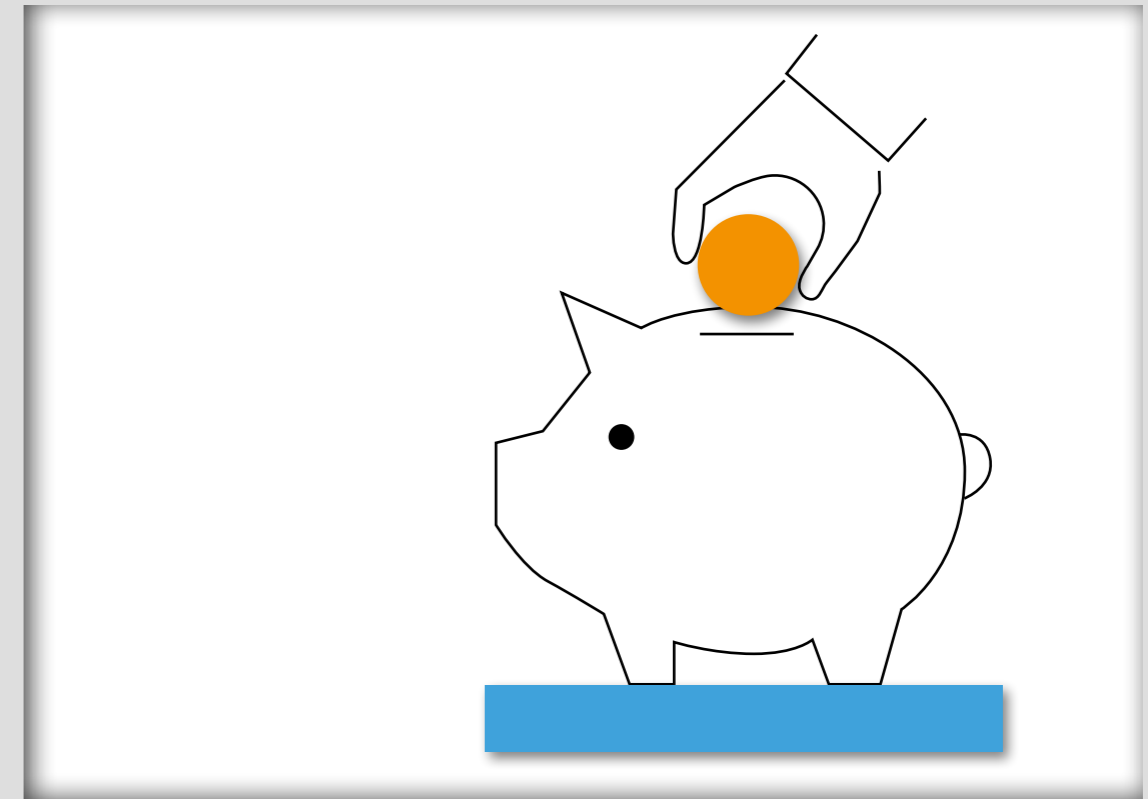
- Überlegen Sie sich im Vorfeld konkret was Sie brauchen. Benötigen Sie eine Kommunikationsidee, eine klare Strategie oder Positionierung? Wie können Sie ein einheitliches Auftreten bei z. B. Events, Messen oder im Social Media-Bereich sicherstellen? Mit welchen Produkten oder Dienstleistungen wollen Sie am Markt überzeugen?
Je nach Anforderung erarbeiten wir – gemeinsam mit weiteren Dienstleistern oder alleine – **Ihr Kommunikationskonzept**. Dies geschieht natürlich stets in Abstimmung mit Ihnen, Ihren Vorstellungen und Zielen und unter dem Aspekt des zur Verfügung stehenden Budgets.
- Erklären Sie die **Agenturauswahl** von Anfang an zur **Chef-Sache**. Fühlen Sie der Agentur nicht „auf den Zahn“, sondern beschäftigen Sie sich partnerschaftlich mit dem, was die Agentur wirklich gut kann. Gute Agenturen sind keine Dienstleister im negativen Wortsinn, sondern Spezialisten. Sie vermitteln Ihnen Fachwissen und die Möglichkeit Ihre Märkte und Zielgruppen aus einem neuen Blickwinkel zu betrachten. AKI-Kommunikation hilft Ihnen dabei.
- Lassen Sie sich nicht von schönen Referenz-Bildern oder schön getexteten sechszeiligen Case Studies blenden. Lassen Sie sich **von Projekten** erzählen. Denken Sie dabei mit und stellen Sie Fragen.
Wir erzählen Ihnen sehr gerne von unseren Projekten, welche wir mit Leidenschaft begleiten!
- Finden Sie heraus, wie Ihr **Gegenüber, wir, denken**. Unsere Denkweise, die Sie im Gespräch erkennen können, wird sich später in Ihrem Projekt widerspiegeln. Die Art zu denken ist der größte Unterschied zwischen allen Agenturen – egal welches „Schild“ über der Tür hängt. Setzen Sie sich bei der Agenturauswahl das Ziel, in der Zeit eines Gespräches die Denkweise der Agentur zu erfassen – wenn Sie das schaffen, wissen Sie, was Sie bekommen. Das gleichen Sie mit dem ab, was Sie benötigen (spalten Sie das Gesamtprojekt ruhig in verschiedene Disziplinen auf). So finden Sie mit hoher Wahrscheinlichkeit den richtigen Agenturpartner für den jeweiligen Schritt Ihrer Kommunikation. Dies sollte natürlich unter einheitlicher Supervision sein, damit wichtige Gedanken zu Beginn und auch am Ende noch vorhanden sind.

KOMMUNIKATIONSKONZEPT

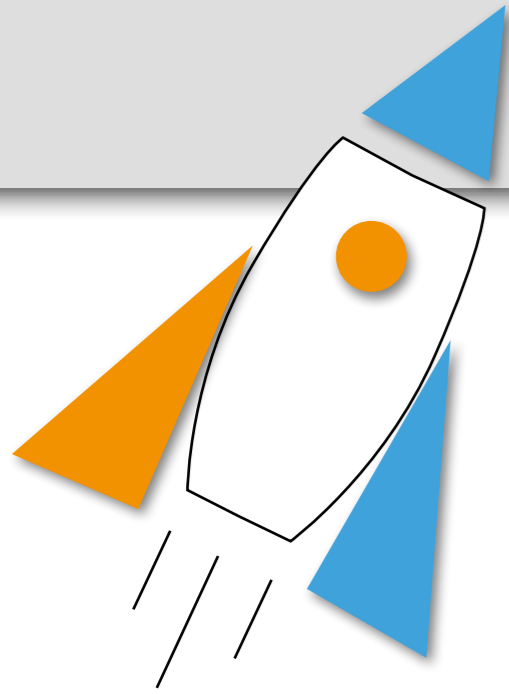
CHEFSACHE

ERFAHRUNG

DIE ART ZU DENKEN

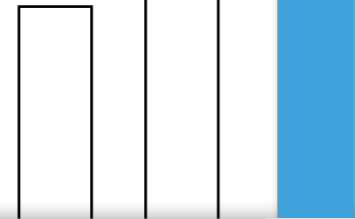


EINTRÄGLICH DENKEN – AUCH BEI DER **AGENTURWAHL**.



DURCHSTARTEN MIT UNS

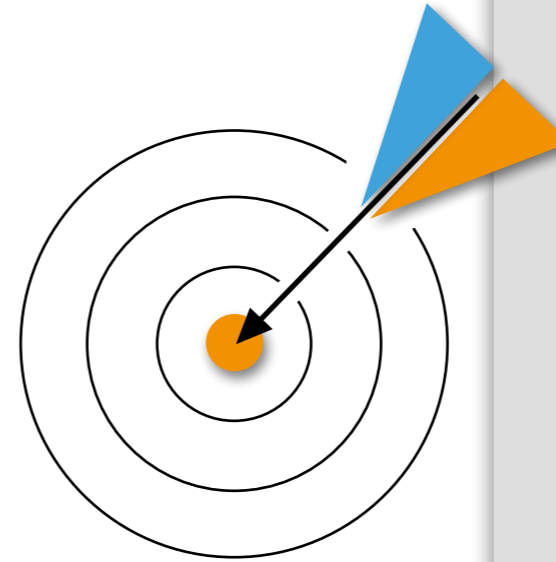
...



ERFOLGE ERZIELEN



...



AM ZIEL ANKOMMEN

EINE KLEINE CHECKLISTE FÜR DIE AUSWAHL IHRER MARKETINGAGENTUR:

- Können die Berater der Agentur eigenständig einen Marketingplan entwickeln? Wir können es!
- Haben die Berater auch den Instinkt, neue Produktideen / Märkte für Sie zu erschließen? Wir können es!
- Sind die Berater auf Augenhöhe und vor allem: Widersprechen sie auch bei unterschiedlichen Ansichten? Wir sind es und können es!
- Hat die Agentur personelle Redundanzen, sodass bei Krankheit, Urlaub etc. immer ein adäquater Ansprechpartner zur Verfügung steht? Das haben wir!
- Verfügt die Agentur über Spezialisten, oder anders ausgedrückt, um ein viel verwendetes Argument einzubringen: **Ist sie wirklich eine 360-Grad-Agentur? Wir sind es!**

Tauchen Sie ein in die wunderschöne Welt des Marketings. Lassen Sie sich verzaubern von Kampagnen, von Markterfolgen und von neuen Ideen. Um in Zukunft Ihre Produkte und Ihren Umsatz ganz weit nach vorn zu bringen. Genießen Sie den Erfolg, denn am Ende des Tages wird abgerechnet – und mit uns sind Sie garantiert ganz weit vorn.



AKI-Kommunikation e.K.

Industriering Ost 66

D-47906 Kempen

Tel.: +49 (0) 2152 899 39 20

info@aki-kommunikation.de

www.aki-kommunikation.de



Wir lieben, was wir tun!