



Her mit dem Problem - Eine Agentur testet man am besten, wenn man gemeinsam eine Aufgabe löst

Raus aus dem Labor

Pitch, RFP, Chemistry Meeting – Es gibt unzählige Möglichkeiten eine Agentur auf den Prüfstand zu stellen. Aber wirklich kennen lernen? Die kreative Leistungsfähigkeit in zwei Stunden Präsentation oder das strategische Sparring auf 10 slides erleben? Wir wissen es nicht. Aber wir sind ganz sicher: OHNE MUT AUF BEIDEN SEITEN KEINE GUTE AGENTUR-KUNDEN-BEZIEHUNG.

Zum Thema Neugeschäft ist viel gesagt, wir haben mal gesammelt, was wir richtig finden.

Lena Greve,
New Business, Hirschen Group:

In Anbahnungsprozessen sind wir Fans von echtem Kennenlernen. Das ist im Ergebnis letztlich gut für beide Seiten. Das funktioniert mit ausgedehnten Arbeits- und Strategie-Meetings und vor allem sehr gut in Workshops.

**GEMEINSAM
ETWAS ERARBEITEN.
SEITE AN SEITE.**

Da merkt man, wie der andere tickt und ob man zusammenpasst. Auch ob die Erwartungshaltung erfüllt wird. Beider Seiten.

Andreas-Christoph Hofmann, europäischer Marketingchef Hyundai, sagt im Interview mit Horizont:

**ICH BIN ÜBERHAUPT
KEIN FREUND VON DIESER
EWIGEN PITCHEREI.**

Das macht Agenturen kaputt, ist super anstrengend und am Ende des Tages trifft womöglich die Einkaufsabteilung die Entscheidung. Das habe ich alles schon erlebt. Ich war bei mindestens 200 Pitches mit dabei und in den seltensten Fällen sind diese wirklich toll ausgegangen.

Jesko Perrey, Mckinsey sagt in der Studie „Agentur-Kunden-Beziehungen von Morgen“ der GWA:

Alles wird sich weiter fragmentieren. Sowohl Agenturen als auch Auftrag-

geber müssen viel mehr Spezialwissen vernetzten und dabei insgesamt schneller werden.

**SO BANAL ES KLINGT: MAN
BRAUCHT EIN BESSERES VER-
STÄNDNIS FÜREINANDER,**

damit die räder auch wirklich ineinander greifen.

Karin Reichl,
Managing Director health angels:

Nach mehr als 20 Jahren Healthcare Kommunikation und wohl 100 nationalen wie internationalen Pitches weiß ich: es ist eine Laborsituation. Da kann die Idee, der Claim, das Visual, die Strategie noch so gut sein,

**WENN ES AN DIE ZUSAMMEN-
ARBEIT, DAS VERSTÄNDNIS
DER KUNDEN-STRUKTUR, DIE
FLEXIBILITÄT UND DIE IMPLI-
MENTIERUNG GEHT, KÖNNEN
WIR AGENTUREN UNSERE
WAHRE STÄRKE ZEIGEN.**

Tatsächlich zeigen deshalb Testprojekte oder Swarm Creativity Sessions viel besser, was Agenturen drauf haben. Aber ganz ehrlich: ich liebe es auch, zu pitchten... :)

Marcel Loko,
Co-CEO Hirschen Group GmbH:

Beim Pitch dreht sich alles um einen überzeugenden und mutigen Auftritt. Denn mit einer herausragenden Strategie und Kreativität geht ja jede Agentur ins Rennen.

**DIE WENIGSTEN AGENTUREN
HABEN JEDOCH DEN MUT
ABSEITS DES BRIEFINGS ZU
DENKEN**

und für eine wirkliche Überraschung zu sorgen wie zum Beispiel: Peter Marsh (ABM) beim Gewinn des British Rail-Etats! Die Top-Manager von British Rail waren zum Pitch-Meeting in die Agentur geladen. Was sie vorfanden war eine uninteressierte, nagelfeiende Empfangsdame, die sie stundenlang im Foyer warten ließ. An Kaffee besleckten Tischen mit überquellenden Aschenbechern. In dem Moment als die Manager wütend hinaus stürmen wollten, begrüßten Marsh und sein Team sie mit den Worten: „So sieht die Öffentlichkeit British Rail. Lassen Sie uns mal sehen, wie wir das richtig stellen können.“ Die Hirschen Group steht als Home of the Brave für genau solch eine Denkweise und eben einen mutigen Auftritt.

health angels
STRATEGIES. IDEAS. COMMUNICATIONS.

Die health angels stehen für relevante und mutige Kommunikation. Zusammen mit 800 Mitarbeitern aus der Hirschen Group entwickeln sie Ideen mit Wirkung.

☎ Kontakt: info@health-angels.agency