

Süße Früchte für langfristigen Erfolg cherrypicker hilft bei Auswahl und Führung von Agenturen



Wer heutzutage eine Kommunikationsagentur sucht, der stellt bald fest: Das Angebot ist groß. Das ist erfreulich. Unter

der Vielzahl von Dienstleistern gibt es für jede Aufgabe mindestens einen passenden Anbieter. Doch wie findet man den? An dieser Stelle – noch vor der Auftragsvergabe – beginnen oft schon die Probleme.

Denn der Markt für Kommunikationsagenturen ist nicht nur groß, er ist auch unübersichtlich. Und viele in aufwändig gestalteten Broschüren und auf beeindruckend animierten Websites zur Schau gestellte Leistungspakete entpuppen sich später als heiße Luft. Allzu oft müssen Marketing-Entscheider mit dem Aphoristiker Werner Mitsch feststellen: „Tollkirschen schmecken gar nicht so toll, wie sie heißen.“

Die richtige Wahl

Um unter den Agenturen die süßen von den faulen Früchten zu trennen, gibt es **cherrypicker**. Der Hamburger „Agency Selection Service“ berät Unternehmen und Institutionen bei der Auswahl der richtigen Kommunikationsagentur. Hierfür schöpft jeder der zehn Mitarbeiter aus jeweils mehr als zehnjährigen Berufserfahrungen in Agenturen oder Unternehmen. Die Beratung reicht von der Vertragsgestaltung bis zum Controlling der erbrachten Leistungen. So bietet **cherrypicker** mehr als eine Orientierungshilfe. Vielmehr hilft **cherrypicker**, Geschäftsbeziehungen langfristig für beide Seiten erfolgreich zu managen. „Denn weder ein 'übermächtiger' Kunde noch eine 'aufmüpfige' Agentur sind eine gute Lösung“, weiß Oliver Klein, Inhaber von **cherrypicker**. „Die Arbeit muss auf Augenhöhe erfolgen – mit Respekt für die Aufgaben und Kompetenzen des jeweils Anderen.“



Oliver Klein, Inhaber von cherrypicker

Vorteile für beide Seiten

Neben ihren umfangreichen Berufserfahrungen steht den Beratern aus Kleins Team ein Pool von Informationen aus der Agenturlandschaft zur Verfügung. An der ständigen Erweiterung dieses Pools wirken die Agenturen selbst mit. Ein Fragebogen gibt die Möglichkeit, Informationen über die eigene Agentur den kritischen Augen der **cherrypicker** vorzulegen. Die Vorteile für beide Seiten liegen auf der Hand: Auftraggeber sparen Zeit und können sich beim Benchmarking auf die objektive Beurteilung durch Branchenkenner verlassen. Agenturen bekommen durch

den kostenlosen Eintrag in den Agenturpool die einzigartige Möglichkeit der Neukundengewinnung, ohne selbst akquirieren zu müssen. Ein vorbildliches Beispiel für eine Win-Win-Situation.