

Newbusiness: Ab durch den Einkauf

Wie betreiben Werbeagenturen erfolgreiches Neugeschäft?

FÜR SIE GELESEN

Wie kommt eine Agentur an neue Kunden? Einfach mal vorstellen reicht da nicht. Mit den Tipps, die Heiko Burrack („Vom Pitch zum Award: Wie Werbung gemacht wird“) in Erfolgreiches New Business für Werbeagenturen vorstellt, sollte es besser klappen. Wer bin ich, was kann ich – wie komme ich mit potenziellen Neukunden in Kontakt? Der Autor beantwortet diese Fragen in lockerem Ton und bringt häufige Probleme der Newbusiness-Verantwortlichen bei der Eigendarstellung und der Kontaktaufnahme in anschaulichen Beispielen auf den Punkt. Inspirierend hinsichtlich der



Positionierung ist der Blick auf Agenturen in London und Amsterdam. Schließlich ist nicht zuletzt die eigene Positionierung (und die Kenntnis drüber) ein entscheidender Erfolgsfaktor für das Neugeschäft von Agenturen. Burrack zeigt auf, wie sich Agenturen bei der Akquise künftig nicht mehr selbst im Weg stehen.

Und er widmet sich einem relativ neuen Feind der Kreativen: „Setzen Sie sich doch bitte mit dem Einkauf in Verbindung“, diese Antwort bekommen Newbusiness-Verantwortliche laut Burrack immer häufiger zu hören. Das stellt

diese häufig vor Probleme: Der Einkauf habe daher „bei den Agenturverantwortlichen wahrlich keinen guten Ruf.“ Wie Burrack festhält, beruht dies auf Gegenseitigkeit: „Bei den Gesprächen mit dem Einkauf wurde immer wieder die Meinung geäußert, dass die Geschäftsführer von Agenturen nicht gut im Verhandeln sind.“ Wie beide trotz der scheinbar unüberbrückbaren Kommunikationsprobleme dennoch zusammenkommen können, zeigt Burrack in seinem lesenswerten Buch.

Heiko Burrack: Erfolgreiches New Business für Werbeagenturen. Mit Insights, Tipps und Checklisten, Businessvillage, 24,80 Euro

XNiP-Code: ARQ7