

Checkliste Agenturwahl

Kompetenz und Motivation

- Worin bestehen das einschlägige Know-how und der Erfahrungsnachweis, den die Agentur in das anstehende Mandat einbringen will?
- Weshalb will die Agentur gerade das fragliche Mandat dazu gewinnen?
- Gibt es keinen Konflikt zu bestehenden Kunden der Agentur?
- Was hat die Agentur am potenziellen Mandanten besonders beeindruckt?
- Was hat die Agentur im Zusammenhang mit dem potenziellen Mandanten verunsichert?
- Wie will sich die Agentur möglichst effizient und lebensnah in die Kultur des potenziellen Auftraggebers einarbeiten?

Mandatsführung

- Wieviele PR-Beraterinnen und -Berater beschäftigt die Agentur in einer Vollzeitanzstellung?
- Seit wann ist der vorgesehene Mandatsleiter bereits bei der PR-Agentur tätig?
- Worin besteht seither seine herausragendste Leistung?
- Für welche Mandate trägt dieser Mandatsleiter derzeit die operative Verantwortung? Bei welchen weiteren Projektteams ist er involviert?
- Welcher Mandant ist bereit, eine persönliche Referenz für den vorgesehenen Mandatsleiter abzugeben?
- Weshalb hat der für das Mandat vorgesehene Mandatsleiter gerade derart viel freie Kapazität?
- Welche Aufgaben wird der Agenturleiter im Rahmen des Mandats wahrnehmen?
- Wie kann der Mandant jeweils sicher gehen, dass die Agentur die ihr übertragene Aufgabe richtig verstanden hat?
- Wie nimmt die Agentur einen periodischen Leistungsnachweis vor?

Kreativität

- Welche Mittel, Methoden und Instrumente setzt die Agentur ein, um überdurchschnittlich kreative Lösungen zu finden?
- Kann die PR-Agentur ein Beispiel für eine ungewöhnlich kreative Lösung, die sie umgesetzt hat, nennen?
- Wie hält es die PR-Agentur mit den Urheberrechten?

Qualitätssicherung

- Welche zehn Messpunkte sichern die Qualität der Agenturleistungen ab?
- Verfügt die PR-Agentur über ein Qualitätsmanagement nach ISO-Standard?
- Wieviel investiert die Agentur in CHF im laufenden Jahr für Aus- und
- Weiterbildung ihrer Mitarbeiter? Worin besteht diese Investition?
- Wie sichert die PR-Agentur den Verbleib ihrer fähigsten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Unternehmen ab?
- Nach welchen Kriterien erhalten die PR-Beraterinnen und -Berater der Agentur ihren Bonus?

Medienarbeit

- Mit welchen Journalisten, die für den potenziellen Auftraggeber wertvoll sein könnten, hat die Agentur in den letzten vier Wochen einen persönlichen Kontakt gepflegt?
- Wer würde die PR-Texte verfassen, welche der potenzielle Auftraggeber benötigt?
- Wie ist die Mediendatenbank der Agentur strukturiert? Nach welchen Kriterien lassen sich die Medien daraus auswählen?
- Beahlt die PR-Agentur Journalisten dafür, dass sie eine Medienmitteilung redaktionell aufnehmen?

Kostenstruktur und Kostenfolgen

- In welcher Kostentransparenz erfolgt der Leistungsnachweis?
- Ist die Agentur bereit, Pauschalen für bestimmte Leistungen zu vereinbaren?
- Ist die Agentur bereit, auf Erfolgsbasis zu arbeiten?
- Welche Leistungen sind in einem monatlichen Retainer eingeschlossen? Wie hoch kommt ein derartiger Retainer zu stehen?
- Wieviel bezahlt der Mandant dafür, dass die Agentur Standby-Kapazität für ihn frei hält?
- Wieviel ist für einen monatlichen Pressedienst aufzuwenden?
- Wie hoch bemisst sich das Agenturhonorar für eine nationale Medienkonferenz?
- Wie hoch für einen quartalsweise erscheinenden Newsletter von vier Seiten Umfang?
- Was kostet das Ghostwriting eines Referats von 20 Minuten Dauer?

Zur Mandatsstruktur

- Wieviel tragen die drei grössten Mandate zum gesamten Honorarertrag der Agentur bei?
- Mit wie vielen Mandanten erzielt die PR-Agentur die ersten 50% ihres Honorarertrags?
- Welchen Honorarertrag erzielt die Agentur pro Mitarbeiter?
- Welchen Honorarertrag in CHF hat die PR-Agentur seit Jahresbeginn erzielt?
- Welchen Anteil trugen die seit Jahresbeginn neu dazu gewonnenen Mandate zum gesamten Honorarertrag seit Jahresbeginn bei?
- Wieviele Mandate betreut die PR-Agentur seit drei Jahren oder länger?
- Welchen Anteil trugen diese Mandate zum gesamten Honorarertrag im letzten Berichtsjahr bei?
- Welche Mandate hat die Agentur in den letzten 12 Monaten neu dazu gewonnen?
- Welche Mandate hat die Agentur in den letzten 12 Monaten verloren und weshalb?
- Wie stark und wodurch will die Agentur im laufenden Jahr wachsen?

Positionierung der PR-Agentur

- Wie ist das anteilmässige Verhältnis Beratung:Assistenz?
- Wie lauten die Auswahlkriterien der Agentur zur Einstellung einer PR-Beraterin bzw. eines PR-Beraters?
- Wie heissen die drei schärfsten Konkurrenten der PR-Agentur und weshalb empfindet die Agentur diese als ihre schärfsten Konkurrenten?
- Worin unterscheidet sich die PR-Agentur von diesen Agenturen?
- Womit begründet die PR-Agentur ihre Kernkompetenz?

Quelle: *Agentur Peter Knobel AG*
www.knobel.ch