

Wie finde ich eine gute Agentur?

Checkliste

KALTAKQUISE:

Egal ob per Mail oder Telefon, Agenturen, die Kaltakquise betreiben, sind in den allermeisten Fällen nicht zu empfehlen (eine gute Marketingagentur wird zum einen ausreichend Kundenanfragen haben und sollte zweitens effizientere Maßnahmen für ihr eigenes Marketing finden)

VERTRAGSLAUFZEITEN:

Zumindest bei erstmaliger Zusammenarbeit sollte es möglich sein, kurze Vertragslaufzeiten einzufordern (3-6 Monate), um innerhalb eines Einstiegsprojekt die Möglichkeit zu haben, die Arbeit der Agentur kennenzulernen und Ergebnisse bewerten zu können, ohne ein allzu großes vertragliches Risiko eingehen zu müssen

KOMMUNIKATION / KLARHEIT:

- Agentur stellt einen persönlichen (und für die jeweiligen fachlichen Aufgaben kompetenten) Ansprechpartner;
- Ablauf/Abwicklung des Projekts sollte transparent und klar vorgestellt/abgesprochen werden;
- Abrechnungsmodell sollte eindeutig, fair und für den Kunden nachvollziehbar sein (schlechtes Beispiel: SEO-Agentur knüpft Bezahlung an das Erreichen bestimmter SEO-KPI, die der Kunde gar nicht versteht und für die Kundenziele beispielsweise gar nicht relevant sind)
- Ziele/Milestones werden inhaltlich definiert und zeitlich terminiert



Wie finde ich eine gute Agentur?

Checkliste

REFERENZEN/ERFAHRUNG:

- speziell Online-Marketing-Agenturen sollten bereits Erfahrungen/Referenzen innerhalb der Kundenbranche vorweisen können oder
- alternativ glaubhaft machen können, dass sie willens und imstande sind, sich in Themen einzuarbeiten (beispielsweise wird effektives Content-Marketing nur gelingen können, wenn die verantwortliche Agentur sich tief in teils komplexe Themen und vor allem Probleme, Sorgen, Nöte, Bedürfnisse etc. von Zielgruppen einarbeitet)
- Mitunter kann es erforderlich sein, dass eine Agentur transparent über Bestandskunden informiert und neue Kunden ggf. ablehnt, um Interessenkonflikte zu vermeiden (zum Beispiel, wenn zwei Schlüsseldienstunternehmen in derselben Zielregion betreut werden sollen)

GARANTIEEN:

speziell bzw. bezieht sich fast nur auf SEO: Google ist eine Blackbox, Garantien sind somit grundsätzlich nicht fundiert

ZERTIFIKATE / SIEGEL / MITGLIEDSCHAFTEN ETC.:

- sind grundsätzlich ein Indiz für Qualität und Seriosität, allerdings mit Vorsicht zu genießen, da viele Siegel einfach, also ohne gewisse Anforderungen erfüllen zu müssen, zu erhalten sind oder gar eingekauft werden können; mitunter werden Siegel etc. von Agenturen auch erfunden (siehe Homepage-Helden „Webdesign Made in Germany“)
- besondere Vorsicht gilt bei:
 - „Google Partner“ bedeutet nur, dass eine Agentur einen Mindestumsatz bei Google Ads erzielt und ist somit für SEO oder SMM irrelevant
 - „Wir arbeiten direkt mit Google zusammen und besitzen somit exklusive Informationen“ Nein.



Wie finde ich eine gute Agentur?

Checkliste

GRÖSSE DES UNTERNEHMENS / MITARBEITERANZAHL:

Größer bedeutet nicht zwangsläufig besser, aber eine Agentur, die den Full-Service von Webdesign bis Online-Marketing anbietet, sollte auch ein vielseitiges Expertenteam mitbringen, oder anders: Eine Ein-Mann-Agentur kann weder dasselbe Know-how noch die Kapazitäten mitbringen wie ein 6-köpfiges Expertenteam aus Webdesigner/Webentwickler, Grafikdesigner, SEO, Copywriter, Social-Media-Manager und Content Creator.

→ **Vor der Entscheidung für eine Agentur ist es ratsam, einen Blick auf die Homepage der Agentur zu werfen.**

- Stimmt die Qualität der Website? Sie vermittelt einen ersten Eindruck davon, welche Qualität von der Agentur zu erwarten ist.
- Stimmen die Informationen auf der Website mit den Infos aus einem persönlichen Gespräch überein? Ist auf der Website belegt, dass die Agentur tatsächlich die Größe und das Know-how mitbringt, wie es in einem Gespräch vorgegeben wurde?

