

1) AUFGABENSTELLUNG DEFINIEREN



Definieren Sie zuerst ganz klar Ihre Bedürfnisse und Ihre Erwartungen an die Leistungen der Agentur:

- ▶ Was ist die Aufgabenstellung für die Agentur?
- ▶ Welche Kompetenzen muss die Agentur mitbringen?

2) ERSTE AGENTUREVALUTATION



Wählen Sie 3 - 5 Agenturen aus, die Sie im Rahmen einer Agenturpräsentation genauer kennenlernen möchten:

- ▶ Evaluieren Sie die Agenturen aufgrund verschiedener Kriterien, wie z.B. Bekanntheit der Agentur, durchgeführte Projekte, persönliche Empfehlungen, bisherige Zusammenarbeit, Agenturwebsites oder -dokumentationen etc.
- ▶ Vereinbaren Sie einen persönlichen Termin für eine Agenturpräsentation. Diese erste Agenturpräsentation ist kostenlos und unverbindlich.

3a) PITCH-KONDITIONEN DEFINIEREN



Schreiben Sie den Pitch unter den 2 - 3 Favoriten der ersten Agenturevaluation aus:

- ▶ Definieren Sie den Abgabetermin für das Konzept: Räumen Sie der Agentur genügend Zeit ein für die Erarbeitung des Konzeptes, mindestens 2 - 3 Wochen.
- ▶ Kommunizieren Sie, bis wann die Agenturen über Ihren Entscheid informiert werden.
- ▶ Die Erarbeitung eines Konzeptes ist mit Kosten verbunden, definieren Sie deshalb vorab das Pitchhonorar. Folgende Beträge sind angemessen:
 - a. Für kleinere Präsentationen ohne Gestaltungsvorschläge / Visualisierungen:
CHF 1'500 – 3'000
 - b. Für mittlere Präsentationen inkl. ersten Gestaltungsvorschlägen / Visualisierungen:
CHF 3'000 – 6'000
 - c. Für umfangreiche Präsentationen inkl. Gestaltungsvorschlägen / Visualisierungen:
ab CHF 6'000

Die Agenturen erhalten das vereinbarte Pitchhonorar nach Abgabe ihrer Konzepte. Die mit dem Auftrag betraute Agentur verrechnet das Honorar direkt mit dem Projektbudget.

- ▶ Wir empfehlen Ihnen, objektive Bewertungskriterien zu definieren auf deren Basis Sie sich für eine Agentur entscheiden.

3b) SCHRIFTLICHES BRIEFING



Das Briefing ist die wichtigste Grundlage der Aufgabenstellung. Verfassen Sie ein klares, detailliertes Briefing:

- ▶ Idealerweise erläutern Sie das Briefing zudem mündlich in einem Meeting mit den Agenturen. Ansonsten sollten Sie den Agenturen auf jeden Fall die Möglichkeit eines Rebriefings per Telefon oder e-Mail geben.
- ▶ Fairerweise werden die entsprechenden Fragen und Antworten aus den individuellen Rebriefings allen teilnehmenden Agenturen zur Verfügung gestellt.