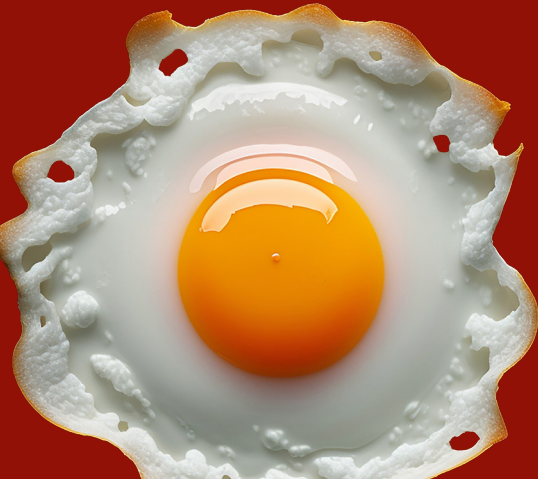


So findet man die passende Eventagentur




EVENTFUCHS
kurz+knackig

Je nach Aufgabenstellung ergeben sich sehr unterschiedliche Anforderungen an die gesuchte Agentur. Die nachfolgende Orientierungshilfe soll Ihnen bei der Suche nach dem richtigen Partner helfen. Sie ist als Soll-Ist-Vergleich in organisatorisch-formale und kreativ-inhaltliche Kriterien unterteilt.



Organisatorisch-formale Leistungsmerkmale

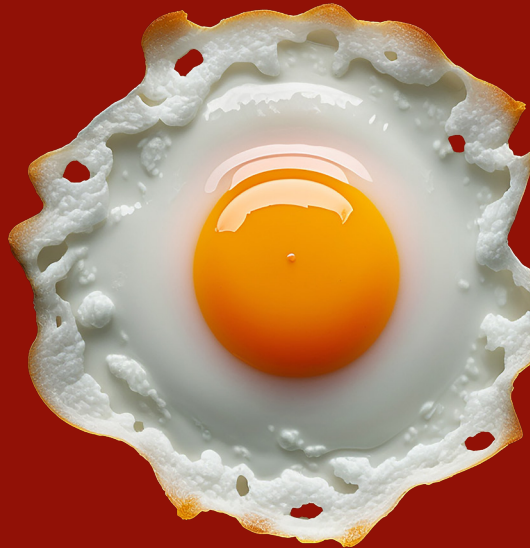
- Agenturart: Full-Service-Agentur für Eventmarketing, Eventagentur, Teilservice oder Kommunikationsagentur mit Eventmarketing-Erfahrung?
- Agenturgrösse: Mitarbeiterzahl, Umsätze, Kunden. Overheadanteil? Flexibilität?
- Alter der Agentur bzw. Erfahrungspotenzial der Mitarbeitenden
- Agenturstandort
- Kompetenz: Verfügt die Agentur über genügend Erfahrung und Know-how, komplexe klassische und innovative Marketingstrategien zu verstehen und das integrierte Eventmarketing darauf abzustimmen?

- Kundenkontakt: Verfügt die Agentur über einen festen, verantwortlichen Ansprechpartner mit Entscheidungskompetenz?
- Arbeitsweise / Rebriefing / Reportings / Meetings
- Wie hoch ist die Termintreue und die Fähigkeit, «wenn es brennt», schnell zu reagieren und agieren?
- Netzwerk: Verfügt die Agentur über ein Netzwerk ausgewiesener Fachspezialisten, auf die bei Bedarf oder im Rahmen eines Projektes zurückgegriffen werden kann?
- Arbeitsweise und Planungskompetenz: Masterplan, Zeitpläne, Ablauf- und Regiepläne, Logistik, Technik
- Abrechnungsmodell und Budgettreue

Kreativ-inhaltliche Leistungsmerkmale

- Beratung: Engagiert gegenüber Auftraggeber und Aufgabe, Flexibilität, Souveränität und Open-Mindedness bei Veränderungen in der Aufgabenstellung oder bei «Katastrophen»; gibt die Agentur dem Auftraggeber das Gefühl, alles im Griff zu haben?
- Inhouse – extern: Welche Leistungen erbringt die Agentur selber, welche werden von externen Leistungspartnern eingekauft? Welche Vorteile ergeben sich daraus für den Auftraggeber?
- Strategische Beratungskompetenz und Konzeptionsstärke
- Kreativität: Know-how und Erfahrung im Eventmarketing; Fähigkeit, individuelle Eventmarketing-Konzepte zu entwickeln oder Anbieter von austauschbaren Standard-Events aus der Retorte?

- Dramaturgie: Vermag die Agentur ein Konzept zu erarbeiten, welches vor, während und nach dem Event dramaturgisch einheitlich ist und während diesen Phasen nicht einbricht?
- Technisches Verständnis: Ist die Agentur bezüglich des Stands der Technik à jour (Kenntnisse der aktuellen Veranstaltungstechnik)?
- Planungs- und Serviceleistungen: Kann die Agentur sämtliche den Event tangierenden Planungs- und Serviceleistungen abdecken und den Auftraggeber optimal entlasten?
- Kann die Agentur alle flankierenden Massnahmen wie bspw. Einladungen und den Massnahmenmix aus PR, Werbung, Merchandising usw. übernehmen und als GU mit externen Fachspezialisten aus ihrem Netzwerk realisieren?



Wissen, wie's geht.



EVENTFUCHS

www.eventfuchs.ch