

Checkliste Wie finde ich die richtige Naming-Agentur?

Agenturauswahl ist nicht einfach. Wer passt zu mir? Wer ist tatsächlich kompetent? Hier 9 Kriterien zur Auswahl der richtigen Naming-Agentur.

1. Die Referenzen der Agentur werden tatsächlich genannt

Wird Naming-Kompetenz behauptet oder wird sie nachgewiesen? Wer gut gearbeitet hat, kann dies öffentlich machen – außer natürlich ein hartherziger NDA verbietet es.

2. Die Agentur hat Referenzen, die für mich relevant sind

Gibt es nachgewiesene und offengelegte Referenzen in den für Sie relevanten Branchen und Anwendungsfeldern? Sie können auch schauen, ob die Produkte, Services oder Unternehmen zu den kreierten Namen tatsächlich am Markt sind ...

3. Mein Gegenüber hat langjährige Erfahrung im Naming

Erfahrung im Entwickeln von Markennamen ist etwas anderes als in der Werbung oder im Marketing. Hat Ihr Ansprechpartner tatsächlich die Erfahrung im Naming um die Fragestellung umfassend und zukunftsicher bearbeiten zu können?

4. Die Namensagentur ist tatsächlich ein Spezialist, hat Expertise im Naming

Beschäftigt sich jemand nur mit Namensentwicklung, nur mit Branding oder bietet er viele Leistungen gleichzeitig an? Prüfen Sie, wen Sie vor sich haben und was Sie für Ihr Projekt brauchen: einen tatsächlichen Spezialisten oder eine Full-Service Agentur.

5. Die Agentur kann das Projekt managen

Geht es um ein größeres Projekt? Bei solchen ist die Fähigkeit ein Team ans Ziel zu führen und Projektergebnisse im Unternehmen zu vermitteln, essentielle Voraussetzung.

6. Die Größe meiner Wunschagentur passt für mein Projekt

Was passt zu Ihnen, mit wem möchten Sie arbeiten? Manche Kunden mögen große Agenturen mit vielen Mitarbeitern, andere suchen einfach einen kompetenten Experten mit einem Höchstmaß an Erfahrung und Kompetenz.

7. Es gibt ein für meine Bedürfnisse sinnvolles Partnernetzwerk

Ein Netzwerk von Partnern kann die Durchführung von Projekten auf globaler Ebene unterstützen. Schauen Sie sich an, um welche Partner es sich handelt und ob diese für sie nützlich sein können. Im Zweifel: Lernen Sie sie einfach kennen.

8. Meine und die Werte der Namensagentur passen zusammen

Sind sie altmodisch? Sind sie modisch? Werte sind beides zugleich, und auf jeden Fall wichtig. Idealerweise überschneiden sich Ihre Werte mit denen Ihres Dienstleisters.

9. Wir verstehen und schätzen uns

Sollen Kunde und Agenturbetreuer kegeln gehen? Nein, nicht nötig. Aber dass der eine versteht, was der andere sagt und möchte, das ist schon wichtig. Es bedeutet auch, dass man sich schätzt und mag. Dann kann man zusammenarbeiten.