Checkliste: Wie finde ich die richtige Naming-Agentur?

Agenturauswahl ist nicht einfach. Wer passt zu mir? Wer ist tatsächlich kompetent?
Hier 10 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 Referenzen in den für Sie relevanten Branchen und Feldern? Prüfen Sie auch, ob die Produkte oder Unternehmen mit 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 zukunftssicher bearbeiten zu können?

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

Beschäftigt sich jemand nur mit Namensfindung, nur mit Branding oder bietet er viele Leistungen zugleich an? Brauchen Sie einen echten 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

Mit wem möchten Sie arbeiten? Manche Kunden mögen große Agenturen mit vielen Mitarbeitern, andere suchen einen erfahrenen Experten, der das Projekt persönlich betreut.

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

Kegeln gehen müssen Kunde und Agentur nicht. Aber man sollte verstehen, was der andere sagt und möchte, und sich schätzen. Dann kann man gut zusammenarbeiten.

10. Methode und Kosten sind transparent

Wissen Sie vorher, wie das Projekt abläuft und was es kostet? Eine nachvollziehbare Methode und ein klarer Kostenrahmen schützen Sie vor Überraschungen.

Sie möchten wissen, wie ich bei diesen Kriterien abschneide? Sprechen Sie mich an:
info@werner-brandl.de, 089 3807 8025, www.werner-brandl.de