



Der Pitch

So finden Sie die Agentur für Ihre Marke!

Die Themen

- Richtiger Agenturpartner = starke Marke!
- Von einfach bis zum Kreativ-Wettbewerb: Methoden der Agenturfindung
- Geheimnis Briefing: Die Basis für den guten Pitch
- Tipps zum Zeit, Nerven und Geld sparen
- Zusammenarbeit und Vertrag: So klappt das Miteinander
- Mit Checklisten, Mustern und Pitch-Honorar-Beispiel!

Ihr kompletter
Leitfaden für außer-
gewöhnliche Projekte!

Ihre Referenten



Dominik Sprenger
Fachanwalt für gewerblichen Rechtsschutz,
Recklinghausen



Michael Buttgerit
Diplom-Designer, geschäftsführender Gesellschafter,
Gute Botschafter GmbH,
Haltern

Herzlich willkommen!

Die Agentur ist wichtigster Partner, wenn es um den Aufbau und die Pflege des Markenimages geht. Der Pitch kann dabei der Beginn einer erfolgreichen Zusammenarbeit sein. Wann ist ein Pitch sinnvoll, wie gelingt es, die passende Agentur zu finden und wie gestaltet man die Zusammenarbeit, die auch Erfolg verspricht? Das erfahren Sie in dem Seminar.

Sie erhalten einen Leitfaden, der Ihre Grundlage für außergewöhnliche Projekte ist. Zudem wird er Ihnen helfen, die Position des Partners noch besser einzuschätzen, eine gute (= richtige) Agenturauswahl zu treffen und Fallstricke zu umgehen, die unnötige Kosten verursachen und Ihre Unternehmensentwicklung blockieren.

Teilnehmerkreis

Das Seminar richtet sich insbesondere an

- Geschäftsführer und Entscheider aus den Bereichen Marken, Unternehmenskommunikation und Marketing,
- Rechtsanwälte, Unternehmensjuristen und juristisch geschulte Mitarbeiter,
- Leiter und Mitarbeiter von Agenturen
- sowie alle, die Pitches ausschreiben.

Ihr Extra:

Jeder Teilnehmer erhält ein Exemplar der Broschüre „PITCH – finden Sie Ihre Agentur und holen Sie das Beste aus ihr heraus“, herausgegeben vom SDSt!

Ihre Referenten



Dominik Sprenger
Fachanwalt für gewerblichen Rechtsschutz,
Recklinghausen

Dominik Sprenger ist seit über 15 Jahren im Urheberrecht, gewerblichen Rechtsschutz und Wettbewerbsrecht tätig. Er ist Rockmusiker, hat einen großen Teil seiner Praxisausbildung in der Musikindustrie absolviert und sich bereits während dieser Zeit dem Schutz von Kreativleistungen gewidmet. Als Partner einer Hamburger Sozietät leitete er viele Jahre das dortige IP Dezernat, bevor er 2005 seine eigene Kanzlei gründete. Aufgrund seiner Erfahrung ist Herr Sprenger mit den Perspektiven beider Seiten einer Pitch-Situation bestens vertraut. Zu seinen Mandanten gehören sowohl werbende Produktions-, Handels- und Dienstleistungsunternehmen als auch Werbe-, Design- und PR-Agenturen sowie Verlage und freie Kreativschaffende.



Michael Buttgerit
Diplom-Designer, geschäftsführender Gesellschafter,
Gute Botschafter GmbH,
Haltern

Seine selbstständige Tätigkeit, die Gründung des „Studio für Kommunikation und Design“, nahm Herr Buttgerit 1988 nach Abschluss als Diplom-Kommunikationsdesigner auf. Seit 2011 ist er geschäftsführender Gesellschafter der Gute Botschafter GmbH und Pressesprecher des Selbständige Design-Studios e.V. (SDSt). Als Entwickler des Positionierungsdesign-Ansatzes liegt seine Kompetenz insbesondere in der strategischen Positionierung.

24. Juni 2014 in Köln

Struktur in den Auswahlprozess bringen:

So finden Unternehmen den optimalen Agentur-Partner

- Vorüberlegung: Brauchen wir überhaupt eine Agentur?
- Rahmenbedingungen und Ressourcen im Unternehmen klären
- Von einfach bis zum Kreativ-Wettbewerb: Wege und Methoden der Agentursuche
- Grundsätzliche Empfehlungen

Der Agentur-Pitch

- Wann sich ein Agentur-Pitch nicht eignet
- Pitch aus Sicht von Unternehmen und Agentur: Kosten vs. Nutzen
- Die Pitch-Vereinbarung
- Ablauf nach Pitch-Vereinbarung
- Vorauswahl treffen
- Klare Definition der Aufgabe und Briefing
- Missverständnisse und Fehlerwartungen in der späteren Kooperation vermeiden
- Schlüsselfaktoren für die Berechnung eines fairen Pitch-Honorars
- Realistisch bleiben: Bemessung des Zeitrahmens
- Beurteilung und Agenturauswahl: So finden Sie das passende Angebot
- Mitteilung der Entscheidung

Die Agentur ist gefunden:

Gestaltung einer erfolgreichen Zusammenarbeit

- Verträge sichern das Vertragen: Was muss unbedingt geregelt werden?
- Ein umfassendes Agentur-Briefing sichert Ihren Erfolg
- Schwächen und Stärken: Lernen Sie Ihren Partner kennen
- Wie Sie selbst ein guter Partner sind
- Gute Kommunikation, Interessenausgleich schaffen

Checklisten, Muster und Beispielrechnungen

- Checkliste 1: Informationen, die Sie von der Agentur benötigen
- Checkliste 2: Informationen, die die Agentur von Ihnen erhalten sollte
- Checkliste 3: Nach diesen Kriterien sollten Sie die Agentur und die Wettbewerbspräsentation bewerten
- Checkliste 4: Der erfolgreiche Start
- Mustervereinbarung für den Agentur-Pitch
- Beispiel für eine Pitch-Honorar-Berechnung

Offene Fragen – Abschlussrunde und Feedback

Anmeldung unter
service@forum-institut.de oder
Fax +49 6221 500-555

Anmeldeformular

Ja, ich nehme teil am Praxisseminar

Der Pitch

Ich bin an weitergehenden Informationen über FORUM-Veranstaltungen interessiert und damit einverstanden, dass mir diese auch per E-Mail übermittelt werden.

Name, Vorname

Position/Abteilung

Firma

Straße

PLZ/Ort/Land

Tel./Fax

E-Mail

Ansprechpartner/in im Sekretariat

Datum, Unterschrift

So melden Sie sich an

I Anmelde-Hotline: +49 6221 500-501
I Tagungs-Nr. 14 06 121

I Termin/Veranstaltungsort:

Dienstag, 24. Juni 2014 in Köln
11.00 - 17.00 Uhr
Marriott Hotel
Johannisstraße 76-80 · 50668 Köln
Tel. +49 221 94222-0 · Fax +49 221 94222-777

I Gebühr:

€ 690,00 (+ gesetzl. MwSt.) inkl. hochwertiger Dokumentation (auch zum Download), Zertifikat, Arbeitsessen, Erfrischungen und Kaffeepausen.

I Logistik:

Exklusiver Logistikpartner
www.deutschepost.de

Deutsche Post 

I Zimmerreservierung:

Für FORUM-Teilnehmer steht bis 4 Wochen vor Veranstaltungsbeginn ein begrenztes Zimmerkontingent zu Vorzugskonditionen zur Verfügung. Bitte nehmen Sie die Reservierung direkt im Hotel unter Berufung auf das FORUM-Kontingent vor.

Rückfragen und Information



Für Ihre Fragen zum Praxisseminar und unserem gesamten Programm stehe ich Ihnen gerne zur Verfügung.

Sabine Blanke

RAin, Konferenzmanagerin
Tel. +49 6221 500-670
s.blanke@forum-institut.de

AGB

Es gelten unsere Allgemeinen Geschäftsbedingungen (Stand: 01.12.2011), die wir auf Wunsch jederzeit übersenden und die im Internet unter www.forum-institut.de/agb eingesehen werden können.