



224 Seiten, Paperback  
ISBN 3-937822-58-5  
2006, 26,90 Euro (D)  
44,70 (CHF)

**Erscheint im August 2006**

**Ausgezeichnet mit dem**



# Public Relations-Agenturen führen

## Inhaltsverzeichnis

### **Vorwort**

von Paul Taaffe, Chairman und Chief Executive Hill & Knowlton Worldwide, New York, N. Y.

### Einleitung

### **I Best Practice für Auftraggeber**

- I.1 Zwischen Kreativität und Unrast - Den Mikrokosmos Agentur verstehen
- I.2 Partner oder Lieferant - Die unterschiedliche Sicht auf Agenturen
- I.3 Ziele ermitteln, Agenturen finden - Die Auswahl der geeigneten Agentur
- I.4 Vom Briefing bis zur Abrechnung - Instrumente des Beziehungsmanagements
- I.5 Die häufigsten Fehler - Management der Agenturbeziehung
- I.6 Erfolgsregeln der Zusammenarbeit

### **II Best Practice für Agenturleiter**

- II.1 Fit für die Zukunft - Mit Kennzahlen, Leitbild und Markttrends
- II.2 Service der Erwartungen übertrifft - Kunden gewinnen und pflegen
- II.3 Berater effizient einsetzen - Mitarbeiter finden, führen und fördern
- II.4 Vom Zeitplan bis zur Risikobewältigung - Agenturen erfolgreich leiten
- II.5 Ungünstige Teams, mangelnde Delegation - Fehler des Agenturmanagements
- II.6 Erfolgsregeln für Agenturen

### **Materialien**

- III.1 Stockholm Charta
- III.2 Checkliste: Briefing PR-Programm
- III.3 Leitfaden: Konkurrenzpräsentation beurteilen
- III.4 Kosten von PR-Leistungen
- III.5 Beispiel: Dienstleistungsvertrag
- III.6 Beispiel: Vertraulichkeitserklärung
- III.7 Fragebogen Kundenzufriedenheit
- III.8 Beispiel: Leitbild einer PR-Agentur
- III.9 Prüfung: Consultancy Management Standard
- III.10 Beispiel: Standardfragen Bewerbungsgespräch
- III.11 Beispiel: Loyalitätsvereinbarung
- III.12 Beispiel: Standortbestimmung PR-Berater

### **Anhang**

- Glossar
- Literatur
- Dank
- Der Autor
- Index

*Klappentext*

## Public Relations-Agenturen führen Für Auftraggeber und Agenturleiter

**Dr. Peter P. Knobel**

In dieser Einführung in die Welt der Public Relations-Agenturen berichtet ein Insider von den geschriebenen und ungeschriebenen Regeln der Kommunikationswirtschaft.

Auftraggeber erfahren, wie sie die passende Agentur finden, was sie von ihr erwarten können, worauf sie bei Verträgen und in der Zusammenarbeit achten sollten und wie sie angemessene Budgets verhandeln.

Agenturmanagern und PR-Beratern bietet das Buch die Kennzahlen und Strategien erfolgreicher Agenturen, eine Übersicht über die Möglichkeiten der Markterschließung und über Markttrends. Was bei Änderungen der Rechtsform, Vertraulichkeitserklärungen, der Zusammenarbeit mit Dienstleistern und der Qualitätssicherung zu beachten ist, erfahren Gründer von Kleinstagenturen ebenso wie Geschäftsführer in internationalen Agenturnetzwerken.

Mit Glossar und umfangreichen Arbeitsmaterialien - von der Checkliste Briefing über den Dienstleistungsvertrag bis zum Fragebogen Kundenzufriedenheit.

[Dr. Peter P. Knobel](#) ist Wirtschaftswissenschaftler, PR-Unternehmer und seit 2006 Präsident des "Bundes der Public Relations Agenturen der Schweiz". Seine Public Relations-Agentur in Zug in der Schweiz ist exklusiv mit Hill & Knowlton assoziiert, einer der größten PR-Agenturen weltweit.