



Auf der anderen Seite ist das Gras immer grüner

Nina C hat Folgendes geschrieben: Was mich bei deiner Beschreibung ein bisschen irritiert ist das starke entweder / oder. Warum nicht die Agenturtätigkeit ein wenig zurückschrauben und nur noch Lieblingskunden aus dem Bestand bedienen, ohne weitere Akquise?

It's complicated :wink:.

Ich mache gar keine Akquise, meine Kunden vermehren sich von selbst (über Empfehlung, bzw. weil die stückweise alles bei uns bündeln). Das (branchenspezifische) Problem ist, dass ich ein oder zwei Großkunden habe (Konzerne), bei denen 1 Kunde = 100 Ansprechpartner heißt. Dort passieren die Empfehlungen intern, die Jungs und Mädels hängen alle miteinander zusammen, und man kann nicht Nein sagen, weil man dann den unausgesprochenen Deal bricht, den Kunden niemals hängenzulassen (und dafür der Kunde keine blöden Preis- und Günstigster-Wettbewerber-Spielchen spielt, die beiden Seiten einen Haufen Zeit verbrennen, wenn man Angebote für die Tonne schreibt).

Für den Kunden ist es per se von großem Vorteil, wenn er all seine Aktivitäten bei einer Agentur bündelt (spart Unmengen an Geld und Zeit). Für die Agentur auch :). Der Konkurrenz-Druck der Branche ist aber hoch, d.h. wenn man jemand anderen Fuß fassen lässt, macht der sich unverzüglich daran, die Konkurrenz rauszufegen. Jetzt könnte ich natürlich mehr Leute einstellen etc. ... aber ich habe 12 Jahre meines Lebens in einer großen Agentur mit einem großen Team verbracht, ich brauch das nicht mehr. Deshalb das blöde Alles-oder-Nichts Ding.

Lesen Sie [hier](#) die komplette Diskussion zu diesem Text ([PDF](#)).