



SCOPE OF WORK

LEADING SWISS AGENCIES

Leistungsprofil der Mediaagentur

1. Kernleistungen

Der Kunde darf eine zeitgemässe Mediakompetenz unter Berücksichtigung der aktuellsten Planungsdaten erwarten. Die Agentur erbringt ihre Leistungen für den Kunden im Dauerverhältnis (langjähriges Mandat) oder fallweise für einzelne Arbeiten (Einzelauftrag).

Arbeitsschritt	Details
Situationsanalyse	<ul style="list-style-type: none"> • Bewertung der Daten und Fakten, die der Kunde zur Verfügung stellt (Briefing) • Erstellung von Konkurrenzanalysen inkl. Spendings (sofern der Kunde die Media Focus Daten zur Verfügung stellt) • Stellungnahme zu den gegebenen Marketingzielen und Strategien in Bezug auf Marktstruktur, Wettbewerb, Kauf, Konsum, Verbrauch oder Gebrauch • Mitwirkung bei der Anlage und Interpretation von Forschung (Markt-, Meinungs-, Motiv- und Werbemittelforschung)
Strategie	Formulieren einer Strategie, welche auf der Situationsanalyse aufbaut. Sie umfasst im Wesentlichen die Elemente: <ul style="list-style-type: none"> • Unterstützung bei der Formulierung der Kommunikationsziele in geeignete Media-KPI's. • Media-Zielgruppe (Definition der Zielgruppen und deren Merkmale)
Konzeption	Entwicklung der Mediagrundidee für die Mediastrategie und Planung.
Planung	Ermittlung der geeigneten Medien (Mediastrategie) und Definition des zeitlichen, örtlichen und finanziellen Einsatzes (Mediaplanung). Es ist üblich, dass die Agentur im Rahmen der Honorarvereinbarung max. 3 Planvarianten unterbreitet.
Realisierung/Einkauf	<ul style="list-style-type: none"> • Erstellen der Produktionspläne nach Medium • Offerte Beschaffung und Einkauf aller Medien • Erteilen der Aufträge • Terminüberwachung und Qualitätskontrolle
Administration	<ul style="list-style-type: none"> • Kontrolle sämtlicher Rechnungen über Leistungen Dritter • Kosten- und Budgetkontrolle • Abrechnung der erteilten Aufträge
Erfolgskontrolle	<ul style="list-style-type: none"> • Reporting • Post Buying • Dokumentation
Audit	Rohdatenlieferung oder bestehende Standard- Reports maximal zweimal jährlich zum Zwecke eines Audits (basierend auf den vorhandenen Dateninhalten, ohne Spezialauswertungen)

2. Leistungen die nicht in den Kernleistungen enthalten sind

Zusatzleistungen	Zusatzleistungen/Fremdkosten werden grundsätzlich separat offeriert und nach bewilligter Offerte in Rechnung gestellt. Dies sind insbesondere: <ul style="list-style-type: none"> • Aufwendungen für ausserordentliche Reisen und Spesen sowie besondere Administrations- oder Organisationsarbeiten auf Veranlassung des Kunden • Arbeiten Spezialisten, wie Marktforschungsinstitute, Rechtsberater usw.
Spezialleistungen	Sonstige Dienstleistungen, die über die genannten Kernleistungen hinausgehen, gelten als Spezialleistungen. Sie sind, so verlangt, jeweils Gegenstand separater Vereinbarungen. Dies gilt insbesondere für Leistungen im Zusammenhang mit Media Audits. Spezialleistungen werden nach Aufwand verrechnet
Diverses	<ul style="list-style-type: none"> • Ausfüllen von Auditor-Templates • Spezialauswertungen wie Visibilitätsraten, technische Kosten (zum Beispiel Ad-Management, Suisa, Produktion Beilagen etc.) • Zusatzaufwand Audit: Vorbereitung, Ausführung, Nachbearbeitung