

100 Punkte – der Modus

So können Agenturen im **medianet** xpert-Ranking 100 Punkte ergattern – und sich zugleich im hoch kompetitiven Umfeld beweisen.



WIEN. Das Ziel der **medianet**-Branchenportal-Familie ist es, Anbieter und Nachfragende, Agenturen und Werbetreibende zusammenzubringen und miteinander zu vernetzen. Darin findet sich ein umfassender Überblick über die am Markt aktiven Agenturen des Landes.

Gemäß dem Slogan „Your Business in Your Pocket“ bietet das Portal natürlich auch am Smartphone relevante Informationen über die Player am Agenturmarkt. Neu sind diesmal auch alle wichtigen Livemarketing-, Dialogmarketing-, und PR-Agenturen des Landes, die einfach per Klick abruf- und vergleichbar sind. Die wichtigsten Player präsentierten sich schon vom Start weg mit einer umfassenden Leistungsschau.

100

Bewertung

Aus drei Baskets wird nach einer Gewichtung der Gesamt-Punktwert errechnet. Der höchste zu erreichende Wert ist 100 Punkte.

Das dazugehörige **medianet** xpert-Ranking reiht Agenturen transparent und fair für alle Marktteilnehmer, 100%ig nachvollziehbar, innovativ und vollständig – sowie erarbeitet *mit* einer und überwacht *durch* eine Fachjury.

Drei Parameter

Zusammengesetzt ist dieses Ranking aus drei Parametern, den sogenannten Baskets (siehe Infobox rechts oben). Der *Basket 1* beschreibt „Facts & Figures“ und behandelt Fragen wie „Wer ist wie lange am Markt?“ oder „Wer hat konkrete Umsätze angegeben?“

Des Weiteren werden Fakten abgefragt wie Zusatzzertifikate, Mitgliedschaft in Branchenverbänden, etc.; *Basket 2* nennt sich

Jury

Zahlreiche Experten aus der Branche agierten als Juroren.

„Kreation, Innovation & Strategie“: Wie überzeugend ist die Leistungsfähigkeit der Agentur in Bezug auf die Bedürfnisse des Kunden? Dazu gehört auch die Punktevergabe – abgeleitet vom deutschen Art Directors Club für Auslandspreise – für Kreativpreise wie Cannes-Löwen oder, abgestuft nach Wertigkeit, auch für regionale Awards wie den Goldenen Hahn.

Aus dem *dritten Basket* schließlich kommen die Punkte für Kundenzufriedenheit und Kundenloyalität. Dazu werden die Kunden der Agentur nach Kriterien wie etwa Zufriedenheit in der Zusammenarbeit und Weiterempfehlung befragt.

Aus diesen drei Baskets wird nach einer fairen, mathematischen Gewichtung der Gesamt-