

**Gastkommentar** Die Zukunft des Marketing und Event Coachings

# Was Kunden wirklich wollen

Das klassische Portfolio einer Agentur beinhaltet im Schnitt Kreation, Kommunikation, Events, Incentives, Marketing und PR. Die Wünsche und Bedürfnisse der Kunden haben sich aufgrund der wirtschaftlichen Entwicklungen in Europa aber sukzessive verändert. Flexibilität und nonkonformes, kreatives Denken sind wieder gefragt. Wo können wir ansetzen, um dem Kunden in seiner täglichen Planung zu unterstützen?

## Unterstützung für das Team

Ein neuer Trend geht unserer Meinung nach klar in Richtung „Marketing und Event Coaching“. Wir unterscheiden dabei zwei Formen und zwar das „Knowledge Leasing“ und das „Ideen Werk“, wie wir es nennen. Unter Knowledge Leasing versteht man das Anbieten von Event-Know-how in Form eines Leasingvertrags, das heißt man unterstützt den Kunden vor Ort für einen definierten Zeitraum bei der Planung und Organisation seiner Veranstaltung. Ein Beispiel dazu: Ein Kunde möchte eine Weihnachtsfeier organisieren, hätte aber gern Unterstützung bei der Planung und Umsetzung. Er möchte seine Feier aber nicht komplett extern durchführen lassen, denn das würde definitiv sein Budget sprengen. Mit dem Knowledge Leasing holt er sich die entsprechende Unterstützung für sein Team. Die Vorteile: keine Personal- und Projektkosten und das Team profitiert vom Fachwissen der Agentur.

„Unser Motto lautet: ‚Change your way of thinking‘. Daher die Idee des ‚Knowledge Leasing‘ und des ‚Ideen Werk‘.“

**CORNELIA PFEIFFER-JANISCH  
C&C AGENCY**

## Neuer Zündstoff

Ganz anders das Ideen Werk. Mit dem Ideen Werk liefern wir neue Ideen, neue Ansätze für Veranstaltungen und/oder das Marketing, indem wir die Kreativität des Kunden herausfordern. Das Motto lautet: „Change your way of thinking“. Wir liefern als Agentur unseren Kunden in Form eines Workshops im wahrsten Sinne des Wortes neuen und zielgerichteten Zündstoff. Die Vorteile: keine Personal- und Projektkosten und viel frischer Wind für den Kunden.

## „Out-of-the-box“ denken

Change your way of thinking – das sollte in den kommenden Monaten unser Leitspruch sein. Es ist wichtig, dem Kunden verschiedene Möglichkeiten der Zusammenarbeit anzubieten, „out-of-the-box“ zu denken und flexibel zu bleiben. Eine neue Form der Kundenbindung? Auf jeden Fall ein Weg, proaktiv auf veränderte Anforderungen zu reagieren und den zukünftigen Markt mitzugestalten.

Cornelia Pfeiffer-Janisch ist Geschäftsführerin und Inhaberin der Agentur C&C Agency; [www.cc-agency.com](http://www.cc-agency.com)

Die abgedruckten Gastkommentare geben ausschließlich die Meinung des Verfassers wieder. Wir behalten uns das Recht auf Kürzung vor.

