

Erkennen Sie unseriöse Marketingagenturen: Tipps von Ephraim Chiozza

Erfahren Sie von Ephraim Chiozza, wie Sie unseriöse Marketingagenturen erkennen und Ihre Marketingentscheidungen verbessern können.

Zürich-Oerlikon

Die Wahl einer Marketingagentur kann für Unternehmer zu einem echten Dilemma werden. Angesichts der schier endlosen Auswahl an Agenturen ist es für Kunden zunehmend schwer, sich in diesem Dschungel zurechtzufinden. Ephraim Chiozza, der Geschäftsführer der AdWiser GmbH, hat sich den Herausforderungen im Bereich des Onlinemarketings über fünfzehn Jahre lang gewidmet. Er erkennt nicht nur die Fallstricke, die sich beim Auswahlprozess auftun, sondern warnt auch vor den typischen Anzeichen, die auf unseriöse Anbieter hinweisen.

Sein Anliegen ist es, Onlineshops und Unternehmen zu helfen, die richtigen Entscheidungen zu treffen, um ihre Marketingstrategien erfolgreich zu gestalten. „Die Qualität der Dienstleister kann enorm variieren“, so Chiozza. „Kunden, die nicht mit dem nötigen Hintergrundwissen ausgestattet sind, haben oft Schwierigkeiten zu erkennen, welche Agenturen ihre Erwartungen erfüllen können.“ Deshalb hat er einige wichtige Hinweise zusammengetragen, um die Auswahl zu erleichtern und Kunden vor schlechtem Service zu bewahren.

Red Flags bei der Auswahl der Agentur

Beginnen tut alles mit einem ausführlichen Erstgespräch. Eine seriöse Agentur sollte nicht nur an den einzelnen Komponenten eines Marketingprojekts interessiert sein, sondern ein umfassendes Verständnis für die geplante Gesamtstrategie zeigen. Wenn eine Agentur bei den ersten Gesprächen nicht proaktiv Informationen einholt, ist das oft ein schlechtes Zeichen. Chiozza warnt: „Diese Grundvoraussetzung ist entscheidend für eine erfolgreiche Zusammenarbeit. Wer nur einen Teil des Projektes betreut, muss dennoch das große Ganze im Blick haben.“

Ein weiteres Alarmzeichen zeigt sich nach Beginn der Zusammenarbeit. Kunden könnten Monate warten, bis sie bemerken, dass ihre Agentur die gewünschten Erfolge nicht erzielt. „Fehler in der Google-Ads-Verwaltung sind häufig. Die falsche Handhabung führt dazu, dass viel Geld verloren geht“, sagt Chiozza. Veraltete Strategien und fehlendes Expertenwissen leisten ihren Beitrag dazu, dass Potenziale ungenutzt bleiben. Er rät daher, auf die Kommunikation zu achten. Eine Agentur, die nicht proaktiv Feedback gibt oder regelmäßige Updates zur Kampagne anbietet, sollte mit Argwohn betrachtet werden.

Ephraim Chiozza: Know-how und Engagement

Als Experte mit einem umfangreichen Erfahrungshorizont hat Chiozza ein tiefes Verständnis für die Trends im digitalen Marketing entwickelt. Sein Weg ist gespickt mit verschiedenen Stationen, darunter ein Marketingstudium und die Weiterbildung zum Eidg. Dipl. Marketingleiter. Dieses Fachwissen gibt Chiozza die Möglichkeit, nicht nur als Unternehmer aktiv zu sein, sondern auch sein Wissen als Dozent weiterzugeben und auf renommierten Veranstaltungen als Redner aufzutreten.

Seine Mission mit der AdWiser GmbH besteht darin, die Qualität im Marketingbereich zu fördern und junge Talente auszubilden.

Dies gelingt ihm, indem er Unternehmen bei der Entwicklung von Marketingökosystemen unterstützt, die messbare Erfolge gewährleisten. „Ich träume davon, Werbung zu kreieren, die einen echten Mehrwert bietet“, schildert der Marketingexperte seine Leidenschaft. Seine Vision ist es, die Marketingkompetenz im gesamten DACH-Raum zu steigern und Unternehmen zu helfen, ihre Ziele effizient zu erreichen.

Für alle, die nun das Gefühl haben, ihre Marketingstrategien könnten eine Überarbeitung gebrauchen, empfiehlt Chiozza eine unverbindliche Beratung – vielleicht ist es an der Zeit, die Weichen für den zukünftigen Erfolg neu zu stellen.

Details

Besuchen Sie uns auf: n-ag.de