

Gegenüberstellung für unternehmerische Beratungsleistung - Hauptanbieter

Vorliegende Gegenüberstellung bezieht sich auf Selbstständige, Freiberufler, Kleinunternehmer und unteren Mittelstand. Unternehmen die Unterstützung wünschen, jedoch nicht die Kasse des oberen Mittelstandes oder der Industrie haben. Dort sind die Kriterien und Anforderungen anders definiert.

Agentur	Coach	Onlinemarketer
<i>Allgemeine Agenturen</i>	<i>Mit Spezialbereich</i>	<i>Haben klare Angebote</i>

Expertenstatus	ja, wenn Spezialgebiet, sonst eher tieferes Wissen,	ja, im Regelfall viel Erfahrung	ja, in seinem Bereich
Preis	Meist hoch für kleinere Unternehmen	Hoch bis sehr hoch	Kurse und Software günstig, Coachings hoch
Einsatz von modernen Marketinginnovationen	im Kernbereich ok, für Neuerungen oft bedingt, Tendenz oft träge	Bauen meist auf Erfahrungen der Vergangenheit	Sehr innovativ und richtungsweisend
Eignen sich für	übergreifende Projekte wenn zuvor gut abgegrenzt	Problemlösungen und Hilfestellung mit tiefem Spezialwissen und Erfahrungswerten	Moderne und effektive Wege für Vertrieb und Kommunikation
Weniger geeignet für	Neue Vertriebs- und Kommunikationslösungen	Neue Vertriebs- und Kommunikationslösungen	Bei Bedarf persönlicher Betreuung und Beratung
Für laufende Betreuung	Treten vor allem dafür an, kann aber teuer werden. Mit dem richtigen Thema sehr sinnvoll	Für Speziallösungen meist erforderlich, sollte aber zeitlich klar abgegrenzt sein	Persönliche Betreuung findet meist nicht statt.
Das neue Profil	Für Vertrieb und Kommunikation braucht es heute einen Experten, der Prozesse neu denkt, neue Technik und zeitgerechte Kommunikation verwendet und Erfahrung im Vertrieb besitzt. Die Lösungen müssen so einfach sein, dass der Unternehmer selbst auf Wunsch zumindest in der Lage ist, die Anwendungen selbst individuell durchzuführen. Bei Bedarf wird auf Agenturleistungen und Spezialwissen zurückgegriffen im mit einfließen lassen.		