



CONSULTANCY MANAGEMENT
STANDARD ((CMS))
LEADING SWISS AGENCIES



CMS-zertifizierte Agenturen sind Garanten für höchste Standards, Prozesse und Qualität

Einige Mitglieder von LEADING SWISS AGENCIES sind mit dem international anerkannten Consultancy Management Standard (CMS) zertifiziert. Dieser bescheinigt den Agenturen, dass sie höchste fachliche, wirtschaftliche und ethische Standards einhalten.

Der seit 1997 existierende Consultancy Management Standard (CMS) basiert als Prozess-Zertifizierung auf ISO 9001 und «Investors in People» und enthält Kriterien, die speziell auf die Bedürfnisse der Kommunikationsbranche und der Kommunikationsagenturen zugeschnitten sind. Die International Communications Consultancy Organisation (ICCO), der weltweite Dachverband der nationalen Agentur-Verbände, hat die Verantwortung für die Pflege und Überarbeitung des Standards, um die Eignung für verschiedene Märkte sicherzustellen und um die kontinuierliche Verbesserung voranzutreiben. Mittlerweile existiert bereits die dritte Version des Standards (CMS III).

Die CMS-Zertifizierung bietet ein Gütesiegel für Qualität und bescheinigt die Einhaltung höchster Standards. Die Zertifizierung hilft Beratungsunternehmen, sich zu verbessern. Gleichzeitig wird sowohl Kunden als auch Mitarbeitenden versichert, dass die geprüften Unternehmen über ein Qualitätsmanagementsystem verfügen, das eine hohe Performance bietet. Der Standard ist exklusiv für die ICCO-Mitgliederverbände verfügbar. In der Schweiz ist dies der Verband LEADING SWISS AGENCIES (LSA), welcher die Zertifizierung führt.

Die Zertifizierung hat eine Gültigkeit von drei Jahren. Im Rahmen eines Assessments vor Ort werden für eine CMS- (Re-) Zertifizierung die folgenden acht Bereiche überprüft:

<p>Führung und Kommunikation</p> <p>Die Agentur muss nachweisen, dass sie gut organisiert ist und dass die Verantwortlichkeiten und Kompetenzen auf allen Ebenen klar festgelegt und kommuniziert sind. Damit ist eine zentrale Voraussetzung für fachlich erstklassige Kommunikationsarbeit gegeben.</p>	<p>Unternehmensplanung</p> <p>Die Leitung der Agentur setzt sich mit einem realistischen und langfristig angelegten Businessplan erreichbare Ziele. Der Kunde erhält damit Gewähr, dass die Agentur weder Know-how noch Ressourcen verschleudert.</p>	<p>Unternehmensentwicklung</p> <p>Der CSM-Standard fordert auf, sich kontinuierlich weiterzuentwickeln. Vertrauen, Qualität, Professionalität, Wachstum, Entwicklung, Begeisterung, Engagement und Eigenverantwortung – all diese relevanten Kernwerte müssen im Zeitraum von drei bis fünf Jahren gesteigert werden.</p>	<p>Finanzsystem</p> <p>Die Agentur muss den Nachweis erbringen, dass das Finanzmanagementsystem funktioniert und die wirksamen Kontrollmechanismen greifen.</p>
<p>Projekte oder Kampagnen</p> <p>In diesem Bereich muss die Agentur nachweisen, dass geeignete Tools vorhanden sind, um die Planung, Durchführung und Bewertung eines Projekts oder einer Kampagne erfolgreich zu gestalten.</p>	<p>Kundenzufriedenheit</p> <p>Der CSM-Standard ist Garant für eine beständige Kundenzufriedenheit, die regelmässig gemessen wird. Die Meinung des Kunden zur erbrachten Leistung steht im Mittelpunkt – sie wird methodisch untersucht, um den Service zu perfektionieren.</p>	<p>New Business</p> <p>Bei New Business muss die Agentur nachweisen, wie sie bei der Abwicklung von Akquisitionsprozessen und Kundenanfragen maximale Qualität sicherstellt.</p>	<p>Personalmanagement</p> <p>Die Agentur räumt der persönlichen und fachlichen Kompetenz ihrer Mitarbeitenden höchste Priorität ein. Deshalb wird dem Bereich Personalentwicklung grosse Bedeutung beigemessen. Der Einsatz von Programmen wie «Investors in People» hilft, diese zu stärken.</p>