

CHECKLISTE: BRIEFING

1. AUFGABE

Welche Art von Kreation oder Konzept sollen die KreativRealisten entwickeln (Kommunikationsstrategie, Vertriebskonzept, Eventkonzept, Kampagne, Anzeige, Key Visual, Broschüre, etc.)? Gibt es andere Kommunikationsaktivitäten, die das Projekt beeinflussen oder miteinander verbinden?

2. ZIELSETZUNG

Welche Marketingziele und/oder Kommunikationsziele sollen mit dem Konzept/den Maßnahmen erreicht werden?

3. ZIELGRUPPE

Zu wem sprechen wir? Primär- und Sekundärzielgruppen erklären.
Was wissen wir über sie? Wenn möglich eine Zielgruppenbeschreibung/Zielgruppenanalyse geben.

4. HINTERGRUND

Was ist die Aufgabenstellung und warum bearbeiten wir sie?
Was sind die Chancen und Möglichkeiten oder besteht ein Problem, das wir versuchen zu lösen?
Für was steht das Produkt/ der Service?
Welche Recherchen und Erfahrungen wurden bereits gemacht oder sind zu ermitteln (Erfolgskontrolle, Marktforschung)?
Was kann von vergangenen ähnlichen Kampagnen/Aktionen gelernt werden?
Wie soll das Produkt/Service vertrieben werden (Kanäle - über den Außendienst, Direktvertrieb, Online, Handel etc.)?

5. PRODUKTVORTEILE

Gibt es bestimmte Produktvorteile, die kommuniziert werden müssen?
Gibt es ein wirkliches Alleinstellungsmerkmal?

6. TONALITÄT/STIMMLAGE

Wie ist der Ton der Kommunikation?

(z.B. partnerschaftlich, sicher, vertrauensvoll, modern, sachlich/fachlich etc.)

7. KOMMUNIKATIONSFORMAT, DRUCK UND AUFLAGEN

Steht das Format bereits fest?

Gibt es Vorgaben für den Druck (Sonderfarben, Dateiformate, spezielle Verarbeitungshinweise)?

Sind verschiedene Sprachversionen geplant? Bitte nennen Sie die Auflagen pro Druckstück.

Wer produziert (bitte Druckerei/Produktionsfirma benennen bzw. angeben, ob über die Kreativ-Realisten produziert werden soll).

8. WETTBEWERB

Wer sind die Wettbewerber (primär u. sekundär)?

Was wissen wir bereits über sie (USPs, Positionierung)?

Worin unterscheidet sich der Wettbewerb von uns/unserem Produkt/Service, was haben wir gemeinsam?

9. RAHMENBEDINGUNGEN UND VERBINDLICHE ELEMENTE

Was muss beachtet werden? Bitte Elemente auflisten, die in die Kommunikation einbezogen werden müssen – Logos, Gesetze, Adressen, Studien, Fußnoten, Pflichttexte, Tabellen, Graphen, Unterschriften etc.

Gibt es Präferenzen bzw. was muss vermieden werden?

10. FOTOS/ABBILDUNGEN

Benutzen wir Bildagentur-Fotos/Abbildungen oder erlauben Zeit und Budget ein Shooting oder Illustrationen?

Können Sie eigene Fotos/Abbildungen stellen?

Gibt es eine Bilddatenbank und wenn ja, können Sie uns die entsprechenden Zugangsdaten bereitstellen?

11. TEXTE

Werden Texte von Ihnen geliefert oder soll ein Texter seitens der KreativRealisten beauftragt werden?

12. DISTRIBUTION

Wie erreichen die Werbemittel/Druckstücke die Zielgruppe?
Welche Distributionskanäle sollen genutzt werden?
Gibt es einen Mediaplan (sofern erforderlich)?

13. TIMING

Wie ist die Zeitvorgabe, und was sind die durchzuführenden Arbeiten (Interne Präsentation/ Vertriebspräsentation, Abgabe/Druckfreigabe, Erscheinungstermin etc.)?

14. BUDGET

Falls bekannt, bitte Budget-Details für dieses Projekt angeben.
Sind Budgets der Wettbewerber bekannt?

15. ANHANG

Sind dem Briefing Informationen angehängt, die den kreativen Prozess unterstützen?