



Grafik



Internet



Marketing



Events

CHECKLISTE - BRIEFING

Das Briefing ist eine Zusammenfassung aller Gesichtspunkte, die eine Kommunikationskonzeption bestimmen. Diese schriftliche Leitlinie ist Basis für die Entwicklung von Kommunikationsmaßnahmen (Zusammenfassung aller Informationen und Definition der Ziele und Aufgaben).

Allgemeine Daten

Gespräch vom:

Firma:

Straße:

PLZ / Ort:

Telefon / Fax:

Internet:

Inhaber:

Gründungsjahr:

Gesprächspartner/Entscheidungsträger:

Position:

Branche:

Anzahl / Lage der Filialen:

Hauptmarken:

dzt. Jahreswerbebudget:

Kooperationsbudget:

Istanalyse

Haben Sie schon jemals mit einer Werbeagentur zusammengearbeitet – wenn ja, mit welcher:

.....

Mit welcher Druckerei haben Sie bisher zusammengearbeitet:

.....



Grafik



Internet



Marketing



Events

Wie viel Stück der einzelnen Drucksorten (Visitenkarten, Briefpapier, Kuverts, etc.) haben Sie noch auf Lager:

.....

Welche Medien wurden bisher belegt/gebucht:

.....

Mit welchem (welchen) Medium (Medien) hatten Sie bisher die besten Erfahrungen:

.....

Mit welchem (welchen) Medium (Medien) hatten Sie bisher die schlechtesten Erfahrungen:

.....

Ist ein besonderer Bezug zu einem bestimmten Medium vorhanden – wenn ja, zu welchem und warum:

.....

Sind Sie mit einer eigenen Präsentation im Internet vertreten – was halten Sie vom Medium Internet:

.....

Wie messen Sie dzt. den Werbeerfolg und Rücklauf:

.....

Was möchten Sie mit Ihrer Werbung erreichen:

.....

Was würden Sie bei Ihrer derzeitigen Werbung ändern:

.....

Welche Expansionspläne haben Sie:

.....



Grafik



Internet



Marketing



Events

Was verkauft sich, was nicht - und warum:

.....

Ist der Absatz/Umsatz saisonbedingt (wenn ja - "Highlights" zu welcher Zeit?):

.....

Wie viel % vom Umsatz haben Sie im letzten Jahr in Werbung investiert:

..... % = EUR.....

Wer zählt dzt. zu Ihren Kunden (klar definierte Zielgruppe und Einzugsgebiet):

.....

Was bedeutet Ihr Unternehmen für die Konsumenten / Kunden in Ihrem Einzugsgebiet:

.....

Welchen Vorteil für Ihre Kunden bieten Sie, den die Konkurrenz nicht bietet (USP):

.....

Sind Sie mit Ihren jetzigen Kunden zufrieden:

.....

An wen würden Sie gerne verkaufen, um Ihre Kundenbasis zu erhöhen:

.....

Was sagen neue Kunden, wenn diese das erste Mal Ihr Geschäft betreten / mit Ihrer Firma in Kontakt kommen:

.....

Warum kaufen die Kunden bei Ihnen:

.....



Grafik



Internet



Marketing



Events

Was machen Sie besser als Ihre Mitbewerber:

.....

Was ist das Wichtigste, das Sie Ihren Kunden mitteilen möchten:

.....

Nennen Sie uns bitte 3 Gründe, warum die Kunden ausgerechnet bei Ihnen kaufen sollen:

.....

.....

.....

Bitte fassen Sie Ihren "USP" (einzigartiges Verkaufsversprechen) kurz zusammen:

.....

.....

Haben Sie ein schriftlich zusammengefasstes Marketingkonzept: JA / NEIN

Wird dieses Marketingkonzept jährlich aktualisiert: JA / NEIN

Wer hat Ihr Firmenlogo konzipiert und umgesetzt:

.....

Liegen sämtliche Rechte für Ihr Firmenlogo bei Ihnen: JA / NEIN

Gibt es das Original-Logo in Form von Daten (Vektorgrafik): JA / NEIN

Der "Werbekalender"

Bitte tragen Sie im Kalender auf der nächsten Seite die wichtigsten jährlichen "Verkaufs-Höhepunkte" ein (z.B. Jubiläum, Weihnachten, Ostern, Feiertage, Schlussverkauf, sonstige **Veranstaltungen** usw.)



Grafik



Internet



Marketing



Events

Jänner	
Feber	
März	
April	
Mai	
Juni	
Juli	
August	
September	
Oktober	
November	
Dezember	

Stärken / Schwächen

Bei dieser Gegenüberstellung tragen Sie bitte selbst Ihre Stärken und Schwächen gegenüber Ihren Mitbewerbern ein:

Stärken	Schwächen



Grafik



Internet



Marketing



Events

Werbeziele

Möchten Sie mit Ihrer Werbung Image auf- und ausbauen, oder soll diese zur Produktwerbung dienen. Selbstverständlich ist auch eine Kombination aus beiden Varianten möglich. Bitte bewerten Sie die zwei Möglichkeiten durch Angabe von Prozenten (z.B. 70 % Image- und 30 % Produktwerbung):

Imagewerbung	
Produktwerbung	

Welche Attribute sind Ihnen bei einer **Imagewerbung** wichtig - bitte ankreuzen und beschreiben?

Preis	
Auswahl	
Beratung	
Qualität	
Service	
Sonstiges	

Welche Attribute sind Ihnen bei einer **Aktionswerbung** wichtig - bitte die einzelnen Aktionen genau beschreiben?

Aktion	
Aktion	
Aktion	
Aktion	

Event. vorhandener Firmen- oder Werbeslogan:

.....

Wie möchten Sie künftig in Ihrer Werbung auftreten/wirken (seriös, innovativ, witzig, etc.):

.....

.....



Grafik



Internet



Marketing



Events

Was soll die neue Kampagne vermitteln?

.....
.....

Medienmix?

- Plakate
- Drucksorten (Briefpapier, etc.)
- Imageprospekt
- Inserate (Format)
- Direct-Mailings
- Rundfunk (Sender)
- TV (Sender)
- Internet
- Events
- Telefonwarteschleife/Jingle/etc.
- Sonstiges

Sonstiges

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

Sämtliche Angaben in diesem Briefing werden seitens TKM Werbung & Events natürlich vertraulich behandelt und dienen ausschließlich als Basis zur Entwicklung von Kommunikationsmaßnahmen im Falle einer Beauftragung unserer Agentur.