

# Briefingvorlage für einen guten Projektstart

Ein Briefing zu schreiben hilft dem Auftraggeber, sich über die Aufgabenstellung, die Zielformulierung und die Maßnahmenpakete im Vorfeld bewusst zu werden.

Wir erleben es oft, dass unsere Kunden eine ungefähre Vorstellung davon haben, was sie haben wollen, können das aber meistens nicht in Worte, geschweige denn in Ziele und Maßnahmen übersetzen. Ein Briefing zu schreiben schult also auch die **konkrete Fokussierung auf die Unternehmens-Bedürfnisse** und die Auseinandersetzung mit der Ist-Situation. Die folgenden Inhalte sollen Ihnen als **Briefingvorlage dienen**. Sie sind für jedes Projekt gleich und sollten immer sorgfältig bearbeitet werden.

## 1. Informationen zum Unternehmen

- Größe, Umsatz, Entwicklung, Sortiment, Marktpositionierung
- Ist-Analyse der Marktsituation
- Image
- Kundenstruktur
- Wer sind die Konkurrenten?
- Stärken des Unternehmens
- Schwächen des Unternehmens

## 2. Informationen zum Produkt / zur Dienstleistung

- Produktpositionierung
- Eigenschaften und Besonderheiten zum Produkt
- Verwendung
- Nutzen für den Verbraucher
- Gibt es einen Zusatznutzen
- Marktdurchdringung

## 3. Aufgabenstellung

- Problemanalyse
- Geplante Marketingaktivitäten und Werbemaßnahmen
- Bisherige Marketingaktivitäten und Werbemaßnahmen

## 4. Marketingziele

- Umsatz- und Absatzsteigerung
- Marktanteile und Distribution
- Zielgebiet: geografisch
- Welche Zielgruppe soll erreicht werden?
- Beschreibung der Zielgruppe (Typisierung)

## 5. Kernbotschaft

- Was soll die Zielgruppe glauben, tun, assoziieren?

## 6. Produktversprechen

- Was ist das Alleinstellungsmerkmal?
- Was macht das Produkt / die Dienstleistung einzigartig?

## 7. Vorgehen

- Richtlinien betreffend Kommunikationsmaßnahmen
- Werbebotschaft
- Vorschläge betreffend der Copy- und Mediaplattform
- CI/CD-Richtlinien

## 8. Organisation

- Beteiligte interne und externe Stellen
- Interne/externe Aufgaben
- Verantwortlichkeiten, Aufgaben, Kompetenzen
- Koordinationsstellen intern/extern

## 9. Budget

- Budget-Rahmen
- Einzelne Budget-Posten

## 10. Zeitplan

- Bis wann sollen welche Schritte erfolgt sein?

## 11. Kontrollen

- Kontrolle der Zielsetzungen, Werbeerfolgskontrollen
- Budget-Kontrolle
- Berichtswesen, Sitzungen, Protokolle

Sie denken jetzt bestimmt: Ist denn das alles nötig? Ja, ist es. Denn je mehr Informationen aus der **Briefingvorlage übernommen und ausgewertet** werden, desto genauer und zielgerichteter können auch die externen Dienstleister arbeiten. Probieren Sie aus – es lohnt sich!

Wünschen Sie Unterstützung beim Briefing schreiben? Kein Problem, arentz förster bocks stellt Ihnen gerne das Knowhow zur Verfügung und formuliert mit Ihnen die relevanten Punkte aus der Briefingvorlage. **Rufen Sie uns an 0451 - 546 923 73.** Wir freuen uns auf Ihr Briefing.