

WERBUNG MACHT MARKE

Von Beginn an ausgerichtet auf einen maximalen „Return on invest“!

Agenturbriefing

Worum geht es? Wie ist die Lage? Was wird erwartet?

Diese Checkliste gibt Ihnen Orientierung für ein Agenturbriefing oder – anders gesagt – für Ihre Aufgabenstellung an uns.

Je besser wir Sie und Ihre Aufgabe verstehen, umso präziser und zielgenauer können wir Ihre Werbung gestalten und damit Ihre Ziele Realität werden lassen.

1. Die Basics

Informationen zum Unternehmen

Firma:

Adresse:

Telefon/Fax:

E-Mail:

Ansprechpartner:

Produkt:

Branche:

Region/Markt:

Informationen zur Aufgabe

Marketing

1. Welche Strategie(n) verfolgen Sie in Ihrem Marketing
2. Welche Ziele sollen kurz-, mittel- und langfristig vom Marketing erreicht werden?
3. In welchem Qualitäts- und Preissegment ist Ihr Unternehmen bzw. das entsprechende Produkt/die entsprechende Dienstleistung im Markt positioniert?

Wettbewerbssituation

4. Welche Stellung im Markt besitzt Ihr Unternehmen bzw. das entsprechende Produkt/die entsprechende Dienstleistung?
5. Welches Potential besitzt Ihr Unternehmen bzw. das entsprechende Produkt/die entsprechende Dienstleistung?

Produktbeschreibung

6. Was kauft(en) Ihr(e) Kunde(n) von Ihnen?
7. Was ist der USP Ihres Produktes/Ihrer Dienstleistung?

8. Was sind die entscheidenden Verkaufsargumente?

Zielgruppe

9. Was zeichnet Ihre Zielgruppe(n) aus?

10. Wie groß ist Ihre Zielgruppe?

11. Was weiß Ihre Zielgruppe gegenwärtig über Ihr Unternehmen/Ihr(e) Produkt(e)/Dienstleistung(en)?

12. Was sind Vorurteile und Blockaden gegenüber Ihrem Unternehmen, Ihren Produkten und Dienstleistungen

Kommunikationsziele

13. Was soll der Kunde durch die neue Kommunikation denken?

14. Was soll der Kunde dann konkret tun?

15. Welches Motiv soll ihn dabei antreiben?

Kommunikationsmittel

16. Was soll geliefert werden?

17. Was sind die Pflichtbestandteile der Präsentation/des Angebots?
Was wäre noch interessant für Sie?

18. Welche Rahmenbedingungen für die Gestaltung und Kommunikation gelten?

Budget und Media

19. Welches Budget haben Sie für Marketing und Kommunikation Ihres Unternehmens bzw. für das betreffende Produkt/die betreffende Dienstleistung vorgesehen?

20. Welcher Zeitraum liegt Ihrer Planung zugrunde?

21. Wie soll die Agentur-Honorierung erfolgen?

Reden wir miteinander!

Wunschtermin mit tk-kommunikation

- Telefonisch am
- Persönlich am