
Briefingvorlage



Briefingvorlage



Unternehmen

Firmenname:

Ansprechpartner:

Gegründet am:

Weitere Angaben:

Auftragsbeschreibung

Ausgangslage/
Hintergrund¹:

Auftragsbeschreibung²:

Was wird benötigt:
(z.B. Druckerzeugnisse,
CD, Anzeigen etc.)³:

Zielsetzung⁴:

Deadline⁵:

Budgetrahmen⁶:

Weiterführende Unter-
lagen (CD, Anzeige etc.)
vorhanden?⁷:

Ja, bitte per E-Mail
anhängen

Nein

Ab Seite 4 finden Sie eine Legende
mit Erläuterungen und Beispielen.

Briefingvorlage



Marke, Leistung, Positionierung

Was bieten wir an?⁸:

Unsere Kernkompetenz⁹:

Sortiment / Angebot¹⁰:

Preissegment¹¹: Niedrig Mittel Hoch

Wo stehen wir in 5 Jahren?
Welches Ziel verfolgen wir?¹²:

USP¹³:

Tätigkeitsgebiet (DE, AT etc.)¹⁴:

Hauptzielgruppe¹⁵:

Nebenzielgruppe¹⁶:

Bedürfniss der Kunden¹⁷:

Konkurrenz¹⁸:

Wie wollen wir von innen
nach außen kommunizieren?¹⁹:

Alle Angaben korrekt?

Jetzt absenden!

Auftragsbeschreibung

1. Ausgangslage/ Hintergrund:

Die Ausgangslage bzw. die Hintergründe des Auftrags sind für uns als Werbeagentur enorm wichtig, um uns durch Ihr Input in Ihre Lage hineinzusetzen und eine Strategie zu entwickeln, welche nachhaltig funktioniert.

Beispiel: Durch die Umfirmierung unseres Unternehmens benötigen wir einen neuen Auftritt unserer Marke. Uns ist es wichtig, dass wir International Anerkennung erhalten.

2. Auftragsbeschreibung:

Durch Ihre Auftragsbeschreibung wissen wir, was Sie benötigen. Wir arbeiten in einer Pflichtvariante Ihr Auftrag aus und liefern Ihnen in einer Kürvariante einen Verbesserungsvorschlag an, um mehr Potenzial aus Ihrem Auftrag herauszuschöpfen.

Beispiel: Wir benötigen vom Corporate Design bis hin zur Corporate Identity ein einheitliche entwickelte Kommunikation.

3. Was wird benötigt: (z.B. Druckerzeugnisse, CD, etc.):

Um alle Ihre Wünsche abzudecken, ist es für uns sinnvoll, von Ihnen eine Auflistung zu erhalten, welche in der Pflichtvariante eingearbeitet werden. Zusätzlich erarbeiten wir für Sie Kürelemente, welche zusätzlich nutzen können.

Beispiel:

- Corporate Design
- Anzeigenvorlagen
- Werbetechnik
- Erstellung einer Broschüre
- Erstellung einer Kampagne
- Messekonzeption
- Entwicklung einer Marken-Kommunikation
- Bildbearbeitung
- etc.

4. Zielsetzung:

Welche Ziele werden verfolgt? Was möchten wir als Unternehmen erreichen?

Beispiel: Wir möchten uns als Marke auf dem internationalen Markt etablieren.

5. Deadline:

Die Deadline ist das wichtigste eines Auftrags. Denn es ist wichtig, pünktlich für Sie abzuliefern.

Beispiel: 2 Wochen nach Auftragsbestätigung

6. Budgetrahmen:

Die Deadline ist das wichtigste eines Auftrags. Denn nur dann ist es zu gewährleisten, dass der jeweilige Auftrag pünktlich abgeliefert wird.

Beispiel: ca. 10.000 €

7. Weiterführende Unterlagen (CD, Anzeige etc.):

Alle Unterlagen, welche Sie uns anliefern können, Helfen bei dem jeweiligen Auftrag. Sie haben z.B. kein Corporate Design, jedoch mehrere einheitlich gestaltete Anzeigen? Dann liefern Sie uns diese an, damit wir Ihren Auftrag einheitlich erfüllen können.

Beispiel: Corporate Design, Broschüren

Marke, Leistung, Positionierung

8. Was bieten wir an?:

Ob klassischer Vertrieb oder Industrieunternehmen – für unseren Vorteil (für Kunden und Werbeagentur) brauchen wir Informationen zu Ihren Angeboten, um diese nachhaltig widerzuspiegeln.

Beispiel: Wir vertreiben Kosmetikartikel und Bekleidung

9. Unsere Kernkompetenz:

Sie haben sich auf ein bestimmtes Gebiet fokussiert? Dann erläutern Sie uns diesen, um uns auf Ihr Kerngebiet vorzubereiten.

Beispiel: Wir produzieren Kosmetikartikel auf naturalen Inhaltsstoffen

10. Sortiment / Angebot:

Adaptiert zur Punkt 8 – jedoch ist es uns wichtig, uns in die Materie hineinzusetzen. So ist es wichtig, Ihre Produkte / Dienstleistungen zu kennen.

Beispiel: Vertrieb von Dienstleistungen wie z.B. EDV, Programmierung, Beschaffung von EDV-Hardware etc.

11. Zielsetzung:

Welche Ziele werden verfolgt? Was möchten wir als Unternehmen erreichen?

Beispiel: Wir möchten uns als Marke auf dem internationalen Markt etablieren.

12. Preissegment:

Wie wollen Sie nach außen wirken? Sollen Ihre Produkte günstig und schnell wirken? Stellen Sie hochwertige Produkte her, welche dies auch in dem Auftrag widerspiegeln sollen?

Beispiel: Mittlerer Preissegment

13. Wo stehen wir in 5 Jahren? Welches Ziel verfolgen wir?:

Schauen wir zusammen in die Zukunft. Was möchten Sie in den nächsten 5 Jahren als Ziel erreichen? Was kann das Ziel bewirken?

Beispiel: In 5 Jahren möchten wir uns international etabliert haben.

14. USP:

USP, auch Alleinstellungsmerkmal genannt, stellt heraus, wie sich das Angebot deutlich vom Wettbewerb abhebt. Auch bekannt unter veritabler Kundenvorteil, da dies so auf dem Markt nicht vorhanden ist.

Beispiel: Keine Testzwecke an Tieren, günstigster auf dem Markt

14. Tätigkeitsgebiet (DE, AT etc.):

Dies spielt auch hier eine große Rolle. Wenn sie sich z.B. international aufstellen möchten, benötigen Sie eine internationale Ausrichtung.

Beispiel: DACH (Deutschland, Österreich und Schweiz)

Marke, Leistung, Positionierung

15 & 16. Haupt- und Nebenzielgruppe:

Welche Zielgruppe verfolgen Sie? Jung, alt? Auto- oder IT-Fans?

Beispiel: Hauptzielgruppe: Jung, Nebenzielgruppe: alt

17. Bedürfnis der Kunden:

Welches Bedürfnis hat Ihrer Kunde, um Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung bei Ihnen zu kaufen?

Beispiel: Wir bieten als einziges Unternehmen auf dem Markt hochwertige Produkte im mittleren Preissegment an.

18. Konkurrenz:

Was macht Ihre Konkurrenz? Es ist wichtig zu wissen, was diese auf dem Markt macht, um einen Schritt voraus zu sein.

Beispiel: Mustermann GmbH, Produzenten aus China

19. Wie wollen wir nach innen und außen kommunizieren?:

Seriös, elegant oder doch als freshes Start-Up?

Beispiel: Freshes Start-Up

Sie benötigen Hilfe bei der Bearbeitung der Briefingvorlage?

Kein Problem, rufen Sie uns unter +49 209 88307800 an. Wir helfen Ihnen dabei, unsere Briefingvorlage gemeinsam auszufüllen. Wir freuen uns auf Ihren Anruf!