

## Briefing-Checklist für Unternehmen

*Ein aussagekräftiges Briefing ist die Grundlage für eine fruchtbare Zusammenarbeit mit mir. Folgende Leitfragen erleichtern es Ihnen, ein solches Briefing zu erstellen. Wenn Sie eine Frage nicht direkt beantworten können, ergibt sich die Antwort sicherlich im Gespräch.*

### Ihr Unternehmen

1. Was macht Ihr Unternehmen seit wann?
2. Welche Bedeutung hat es am Markt?
3. Welche aktuellen Ereignisse sind relevant für die geplante Maßnahme?
4. Welche Wünsche an das Marketing haben Sie bezogen auf die aktuelle Maßnahme?

### Die Marke

1. Welche Persönlichkeit hat die Marke? (Beispiel Apple: innovativ, schön, intuitiv ...)
2. Wie lautet der Marken-Kern? (Beispiel Merci: Merci-Schokolade schenkt man, um danke zu sagen.)
3. Welche Werte verbindet der Verbraucher mit der Marke? (Beispiel Mercedes: deutsche Ingenieurs-Qualität, gehobener Lebensstil, Zuverlässigkeit, Bodenständigkeit ...)

### Ihr Produkt/Ihre Dienstleistung

1. Welche besonderen Eigenschaften, Vorteile, Nachteile hat Ihr Produkt/Ihre Dienstleistung?
2. Hat es/sie eine bemerkenswerte Geschichte?
3. Welche (kleinen) Unterschiede verleihen das Alleinstellungsmerkmal gegenüber anderen Produkten/Dienstleistungen?
4. Wie lautet die eine Basisaussage für Ihr Produkt/Ihre Dienstleistung? (Beispiel Axe: Männer, die Axe-Deo benutzen, werden zum Frauenmagneten. / Beispiel Bahn: Wer mit der Bahn fährt, hat Zeit, Wichtiges zu erledigen oder eine Auszeit zu genießen.)
5. Haben Sie alle relevanten Informationen zum Produkt/zur Dienstleistung und zur Marke knapp, präzise und vollständig aufgeführt?

### Der Markt

1. Wo und wie wird Ihr Produkt verkauft/Ihre Dienstleistung angeboten?
2. Wer bietet ähnliche Produkte/Dienstleistungen mit welchen Vor- und Nachteilen?
3. Welche Position haben Konkurrenzprodukte/-dienstleistungen am Markt im Vergleich zur Position Ihres Angebots?
4. Welche Probleme verbindet der Verbraucher gerade mit der Marke oder dem Produkt/der Dienstleistung?

## Die Kommunikation

1. Wie und wie erfolgreich verlief die bisherige Kommunikation?
2. Existiert bereits eine (bekannte) Botschaft?
3. Wie ist die aktuelle Einstellung des Verbrauchers, wie lautet die gewünschte?
4. Mit welcher Wunsch-Zielperson reden Sie? Was sind ihr Geschlecht, Alter, Familienstand, Wohnverhältnisse, Bildungsabschluss, Beruf, Auto, Arbeitsumstände, Werte, Träume, besondere Probleme, Informationsverhalten ...?
5. Was soll der Verbraucher durch die Marketing-Maßnahme von dem Produkt/der Dienstleistung erwarten?

## Der Kreativprozess

1. Von wem in Ihrem Unternehmen bekomme ich noch nötige Informationen?
2. Wer ist an der Marketing-Maßnahme ansonsten beteiligt (Agentur, weitere Freiberufler ...)
3. Sind eine Besichtigung Ihres Unternehmens und ein Gespräch mit dem Vertrieb/der Produktion sinnvoll und möglich?
4. Wie viel Zeit habe ich?
5. Wie viel Budget ist eingeplant?
6. Gibt es vertrauliche Informationen, Pflichttexte (z. B. bei Medikamenten) oder Werbeverbote (z. B. bei Ärzten)?

*Herzlichen Dank, dass Sie sich die Zeit genommen haben, ein ausführliches Briefing zu erstellen! Alle offenen oder weiterführenden Fragen lassen sich auf dieser Grundlage einfacher im Gespräch beantworten.*