

Das gute Briefing: Geben Sie Acht!

Die acht wesentlichen Punkte für ein Erst-Briefing, über das sich jede (Live-Kommunikations-) Agentur freut:

1. Projektrelevante Unternehmens-/Produktdaten: Philosophie, Positionierung, ggf. Marktsituation
2. Exakte Aufgabenstellung: Anspruch, Erwartungen (Botschaften/Tonalität)
3. Budgetvorgabe (für realistische Projekteinschätzung)
4. Definition der Kommunikationsziele (z. B. Imagebildung/Markenprofilierung, Motivation) und Marketingziele (z. B. Absatzsteigerung, Neukundengewinnung) mit Gewichtung
5. Darstellung der Zielgruppe in harten (z. B. Anzahl) und weichen Faktoren (z. B. Einstellungen)
6. operative Fakten: bereits feststehende Projektparameter (Personenzahl, logistische Anforderungen, Locationwunsch) sowie Nennung restriktiver Faktoren (z. B. ausgeschlossene Locations, früher verwendete Themenansätze und Lösungen)
7. Formales: Timings, Fristen, Ansprechpartner etc.
8. Sonstige geplante oder noch zum Projektzeitraum parallel laufende Kommunikationsaktivitäten.