

Briefing

Datum: _____

Kunde: _____

Projekt: _____

Ansprechperson 1: _____

Ansprechperson 2: _____

Kommunikationsebene	<ul style="list-style-type: none"> • Fachhandel • Medien • Konsument • intern • potenzielle Mitarbeiter • B2C • B2B •
Übergeordnetes Werbe- od. Kommunikationsziel	
(Hinter)Grund der Aktion/Massnahme	
Zielgruppe	<ul style="list-style-type: none"> • homogen / heterogen • Männer / Frauen • Alter • Werte und Einstellungen • Lebensweise und Umfeld • Stimmung • Verhalten • Bedürfnisse • Wissensstand • Was denkt die ZG über uns? • (innere) Fragen • Erwartungen • Probleme • Vorbehalte • Interessen • mögliche Reaktionen vorwegnehmen • Fremdsprache(n) •
Ziel und Zweck des Textes	<ul style="list-style-type: none"> • Was soll die Zielgruppe denken/fühlen, wenn sie den Text liest? • Welchen Eindruck/welche Wirkung soll der Text bei den Lesern hinterlassen? • Nach dem Lesen: Gewünschte Reaktion/Einstellung der Zielgruppe • Call to Action? • Wird der Text auch anderweitig verwendet? •
Kundennutzen	<ul style="list-style-type: none"> • Was bringt das Angebot/die Massnahme der Zielgruppe?
Reason Why	<ul style="list-style-type: none"> • Wieso soll die ZG das glauben? •

Aussagen und Botschaften	<ul style="list-style-type: none"> • Kernaussage / Hauptbotschaft • max. 3 Nebenbotschaften •
Informationshierarchie und Argumentationskette	<ol style="list-style-type: none"> 1. 2. 3. 4. 5.
Tonalität	<ul style="list-style-type: none"> • locker – seriös • frech/jugendlich – konservativ/traditionell • witzig, humorvoll – ernst • sachlich – emotional • subjektiv – objektiv • verständlich – kompliziert • wirksam, überzeugend – unterhaltend • reizvoll, attraktiv – informativ • kurz, prägnant – ausschweifend, langfädig •
Stil	<ul style="list-style-type: none"> • Bilder • Beispiele • Metaphern • Zitate • Anekdoten • Persönliches • Sachlich/ „sec“ •
Vorgaben Corporate Language	<ul style="list-style-type: none"> • männliche/weibliche Formulierungen • Wortkoppelungen • Schreibweise von Produktnamen/Firma • Neue deutsche Rechtschreibung •
Umfang und Form	
Hintergrundinformationen / Mustertexte/ Unterlagen	
Budget	<ul style="list-style-type: none"> • Idee und Konzept • Text • Grafik • Druck
Termine/weiteres Vorgehen	
Konkurrenzsituation / USP und UAP des Kunden	
Diverses	