

## Briefing-Vorlage

### Werbemittel

Typ: Mailing, Flyer, Prospekt, Katalog, Anzeige, Website, eNewsletter, Banner, Pop-up, Pop-under Format: z.B. A4, A5, DIN lang, Anzeigengröße, etc. Umfang: z.B. Anzahl der Seiten oder der Screens

### Was soll beworben werden?

Einzelprodukt, Sortiment, Marke, Dienstleistung, Unternehmen?

### Zielgruppe

An wen richtet sich das Werbemittel?

### Kommunikationsziel

Welches Ergebnis soll das Werbemittel erzielen?

### Message

Welche Kernbotschaft und welche zusätzlichen Informationen soll das Werbemittel kommunizieren? Gibt's ein konkretes Angebot? Wenn ja, welches?

### Nutzen /USP

Welchen Nutzen hat das Angebot für die Zielgruppe und wie wird er begründet? Was kann das Produkt, die Firma besser als vergleichbare Konkurrenzprodukte?

### Tonalität

In welchem Stil / Grundton soll das Angebot präsentiert werden? Existieren Vorgaben zu Tonalität und Corporate Wording? Falls nein: Gibt es Mailings oder Webseiten, die guten Response gezeigt haben? Falls ja: beilegen! Gibt es Mailings, die gar nicht funktioniert haben? Ebenfalls beilegen!

### Reaktion und Response

Wie soll der Empfänger des Werbemittels reagieren? Beispiel Image-Werbung: positive Einstellung zu Ihrem Unternehmen. Beispiel Direct Mail: Bestellung des angebotenen Produkts. Informationen anfordern, auf die Webseite gehen ...

### Mailingverstärker

Sind Response-Verstärker wie z.B. Early Bird oder Gewinnspiel sinnvoll oder möglich?

### Sonstige Vorgaben und Unterlagen

Was gibt es sonst noch zu beachten? Infos über zu bewerbendes Produkt oder Dienstleistung, Unterlagen über bisherige Werbemittel.