

Checkliste Briefing

Grundregel:

Inspirierend sein. Das Briefing soll für die Agentur ein gutes Sprungbrett für Ideen, Textausarbeitungen und Kreation sein.

1. Was ist die Aufgabe?
2. Wofür und warum wird das Werbemittel benötigt (Einsatzgrund)?
3. Was ist das Ziel? Was soll erreicht werden?
4. Mit wem kommunizieren wir? Wer ist die Zielgruppe?
5. Was sind die wichtigsten Produktnutzen für die Zielgruppe
6. Was ist an diesem Produkt einzigartig?
7. Wie lautet das glaubhafte Versprechen, das die Zielgruppe überzeugt?
8. Wie agiert der Wettbewerb?
9. Welche „Erfolgsbremsen“ gibt es? Was soll nicht ausgesagt/gezeigt werden?
10. Kurze Zeitplanung: Layout / Reinzeichnung / Produktion