Kreationsbriefing

Projekttitel: Text einfügen (max. 100 Zeichen)

Auftraggeber\*in: Text einfügen (max. 100 Zeichen)

Branche:  B2B  B2B

1. KONTEXT

**Ausgangssituation.**

##Was muss die Kreation wissen? z.B. Hintergrundinformationen, Bild-/Textinformationen, Konkurrenz, Marktanalysen.##

Text einfügen (max. 3000 Zeichen)

**Projektziele.**

##Was soll erreicht werden und bis wann?##

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Ziele | Aktueller Wert | Ziel | Zeitfenster |
| 1. Text einfügen (max. 150 Zeichen) | Text einfügen (max. 100 Zeichen) | Text einfügen (max. 100 Zeichen) | Text einfügen (max. 100 Zeichen) |
| 1. Text einfügen (max. 150 Zeichen) | Text einfügen (max. 100 Zeichen) | Text einfügen (max. 100 Zeichen) | Text einfügen (max. 100 Zeichen) |
| 1. Insert text (max. 150 Zeichen) | Text einfügen (max. 100 Zeichen) | Text einfügen (max. 100 Zeichen) | Text einfügen (max. 100 Zeichen) |

**KPIs.**

Websitentraffic

Konversionsrate

Leads/Anfragen

Verkäufe

Engagement in sozialen Medien

Anderes: Text eingeben (max. 80 Zeichen)

1. ZIELGRUPPEN-DEFINITION / BUYER PERSONAS
   1. **Primäre Zielgruppe.**

##Mit wem sprechen wir in erster Linie?##

Demografische Merkmale:

Alter:  18-30  31-50  51+

Einkommen:  niedrig  mittel  hoch

Region:  lokal  national  international

Psychografische Merkmale:

Text einfügen (max. 300 Zeichen)

Kaufverhalten:

Text einfügen (max. 300 Zeichen)

Schmerzpunkte:

1. Text einfügen (max. 300 Zeichen)

2. Text einfügen (max. 300 Zeichen)

3. Text einfügen (max. 300 Zeichen)

Mediennutzung:

Tägliche Nutzungsdauer <1h 1-3h 3-5h >5h

1. Social Media

Social Networks

Messenger/Kommunikation

2. TV/Video

Lineares Fernsehen

Streaming (Netflix etc.):

3. Audio

Radio

Podcasts/Streaming

4. Print & Digital

Zeitungen/Magazine

Online-Artikel/E-Books

* 1. **Sekundäre Zielgruppe.**

##Wen sprechen wir ebenfalls an?##

Demografische Merkmale:

Alter:  18-30  31-50  51+

Einkommen:  niedrig  mittel  hoch

Region:  lokal  national  international

Psychografische Merkmale:

Text einfügen (max. 150 Zeichen)

Kaufverhalten:

Text einfügen (max. 300 Zeichen)

Schmerzpunkte:

1. Text einfügen (max. 300 Zeichen)

2. Text einfügen (max. 300 Zeichen)

3. Text einfügen (max. 300 Zeichen)

Mediennutzung:

Tägliche Nutzungsdauer <1h 1-3h 3-5h >5h

1. Social Media

Soziale Netzwerke

Messenger/Kommunikation

2. TV/Video

Lineares Fernsehen

Streaming (Netflix etc.):

3. Audio

Radio

Podcasts/Streaming

4. Print & Digital

Zeitungen/Magazine

Online-Artikel/E-Books

1. BOTSCHAFT

Hauptbotschaft:

##Bitte nur die wichtigste Botschaft hier einfügen. Nutzenfokussiert, verständlich und auf den Punkt.##

1. Text einfügen (max. 150 Zeichen)

Nebenbotschaften:

##Diese Nebenbotschaften sollen idealerweise ebenfalls mitkommuniziert werden.##

1. Text einfügen (max. 150 Zeichen)

2. Text einfügen (max. 150 Zeichen)

3. Text einfügen (max. 150 Zeichen)

1. MEDIEN UND KANÄLE

##Welche Werbemittel und Kanäle sollen genutzt werden? Welche Kombinationen ergeben Sinn?##

Insert text (max. 1000 characters)

1. SPRACHEN

DE  FR  IT  EN  Andere einfügen

1. ZEITPLAN

|  |  |
| --- | --- |
| Meilensteine | Datum |
| Briefing Kund\*in | TT/MM/JJJJ |
| Rückbreifing und Unterschrift abgeglichenes Briefing (Kund\*in/Agentur) | TT/MM/JJJJ |
| Briefing Kreation | TT/MM/JJJJ |
| 1. Internes Review Kreation | TT/MM/JJJJ |
| 1. Feedbackrunde Agentur | TT/MM/JJJJ |
| Schulterblick Kund\*in | TT/MM/JJJJ |
| 2. Internes Review Kreation | TT/MM/JJJJ |
| 2. Feedbackrunde Agentur | TT/MM/JJJJ |
| Finales Review | TT/MM/JJJJ |
| Präsentation Kund\*in | TT/MM/JJJJ |
| Mögliche Anpassungen | TT/MM/JJJJ |
| Produktion | TT/MM/JJJJ |
| Datenabgabe | TT/MM/JJJJ |
| GoLive | TT/MM/JJJJ |

7. BUDGET

Agentur: Währung 0.00

Produktion: Währung 0.00

Medien: Währung 0.00

Gesamt: Währung 0.00

1. TEAM UND VERANTWORTLICHKEITEN

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Rolle | Name | Kontakt | Verantwortungsbereich |
| Rolle einfügen | Name einfügen | Kontakt einfügen | Bereich einfügen |
| Rolle einfügen | Name einfügen | Kontakt einfügen | Bereich einfügen |
| Rolle einfügen | Name einfügen | Kontakt einfügen | Bereich einfügen |
| Rolle einfügen | Name einfügen | Kontakt einfügen | Bereich einfügen |
| Rolle einfügen | Name einfügen | Kontakt einfügen | Bereich einfügen |
| Rolle einfügen | Name einfügen | Kontakt einfügen | Bereich einfügen |
| Rolle einfügen | Name einfügen | Kontakt einfügen | Bereich einfügen |

1. ANHANG

Buyer Personas ##Fiktive, datenbasierte Kundenprofile, die typische Zielgruppensegmente mit ihren Bedürfnissen und Motiven repräsentieren.##

Wettbewerbsanalyse ##Überblick über relevante Konkurrenten, deren Stärken und Schwächen und Ansatzpunkte für eine differenzierte Positionierung der Kampagne.##

Marketingmaterialien ##Relevante Markt- und Markeninformationen, Kampagnenhistorie und Kommunikationsrichtlinien.##

Technische ##Detaillierte Formate, Grössen, Farben, Logos und weitere produktionstechnische Spezifikationen.##

Weitere relevante Dokumente: Text einfügen

Unterschrift Auftraggeber\*in: Name einfügen Unterschrift Auftragnehmer\*in: Name einfügen