



Das Briefing

Stellen Sie sich vor: Sie sind Schuhverkäufer, ein Kunde kommt zu Ihnen und möchte ein Paar Schuhe kaufen. Sie werden ihn sicherlich fragen ob er Sport- oder Freizeitschuhe benötigt, welche Schuhgröße er hat und welches Material er bevorzugt. Ihr Ziel ist es, die Wünsche des Kunden zu erfüllen. Das heißt für Sie: Fragen stellen! Ähnlich läuft das sog. Briefing zwischen Auftraggeber und Agentur ab.

Das Briefing dient als Grundlage für die Planung, Kalkulation und Durchführung eines Projekts. Im Idealfall findet das Briefing in einem persönlichen Gespräch statt.

Mit gezielten Fragen gilt es, die Aufgabenstellung zu definieren. Was sind die Ziele des Projekts? Wer ist die Zielgruppe? Was ist das Alleinstellungsmerkmal? Welche Werbemaßnahmen gab es bisher und was wurde damit erreicht? Liegt ein Corporate Design vor? Komplette Kampagne oder einzelne Broschüre? Flyer, Poster oder Mailing?

Je präziser die Abstimmung, desto besser das Endergebnis.

Ein ausführliches Briefing ist der Grundbaustein jeder guten Arbeit. Sind die Zielvorstellungen klar definiert und alle Unklarheiten beseitigt, kann es losgehen.