

# Leitfaden Agentur-Briefing

Mit diesem Leitfaden können Sie das Gespräch mit Ihrer Agentur vorbereiten und die Aufgabe strukturieren die sie an die Agentur richten. Wenn Datenmaterial vorhanden ist (Marktforschung, Image-Analyse, Kundenbefragung...), bitte dieses unbedingt zur Verfügung stellen.

Definieren Sie Ihre Erwartungen an die Agentur möglichst genau und formulieren Sie möglichst konkrete, nachvollziehbare und (wenn möglich) messbare Ziele.

Schrecken Sie bitte nicht zurück, wenn Sie drauf kommen, dass Sie einen Großteil der Fragen nicht - und schon gar nicht so detailliert - beantworten können/wollen. Zugegebenermaßen verlangen wir sehr umfangreiche Informationen, die bei kleineren operativen Aufträgen (Umsetzung von Einzelmaßnahmen) nicht zwingend notwendig sind. Allerdings: Ein Zuviel an Informationen ist allemal besser als ein Zuwenig.

Sollten die vielen Fragen, die wir an Sie richten, bei Ihnen zusätzliche Fragen aufwerfen, stehen wir selbstverständlich gerne mit Rat und Tat zu Ihrer Verfügung.

## 1. Allgemeine Informationen

### Unternehmen/Marke/Institution<sup>1</sup>

- Beschreibung des Unternehmens und oder der Marke (Geschäftsbereiche, Geschichte, Umsätze, Mitarbeiter, Standorte, Unternehmensstruktur...)
- Beschreibung der Unternehmensphilosophie, Unternehmenskultur (Gibt es ein Leitbild?)
- Beschreibung der Stärken und Schwächen des Unternehmens/der Marke

### Markt/Tätigkeitsfeld<sup>2</sup>

- Beschreibung des Marktes/der Märkte, auf dem/denen das Unternehmen/die Institution tätig ist (Geografische Definition, Marktentwicklung, Marktanteile, Entwicklungstendenzen, Potenziale, rechtliche oder sonstige Beschränkungen...)
- Beschreibung des Mitbewerbs (Wer sind die wichtigsten Mitbewerber? Marktanteile, Kommunikations- und Vertriebsmaßnahmen der Mitbewerber)
- Beschreibung der Stärken und Schwächen der wichtigsten Mitbewerber

### Produkt/Dienstleistung/Angebot<sup>3</sup>

- Beschreibung des zu kommunizierenden Produkts und der Produkte des Mitbewerbs (Produkteigenschaften, Preis, Bedeutung Ihres Produkts in Ihrem Firmensortiment...)
- Beschreibung der Distributionswege und der bisherigen Kommunikation des Produkts (Welche Maßnahmen wurden durchgeführt mit welchem Erfolg? Was war an den bisherigen Maßnahmen gut/schlecht?)
- Beschreibung der Stärken und Schwächen des Produkts (Hat Ihr Produkt ein Alleinstellungsmerkmal?)

<sup>1</sup> Wir bitten um Nachsicht, dass wir in weiterer Folge Unternehmen und Institution synonym gebrauchen.

<sup>2</sup> Für Institutionen, die auf keinem Markt tätig sind, bitten wir um Nachsicht, dass wir Markt und Tätigkeitsfeld synonym gebrauchen.

<sup>3</sup> In weiterer Folge verwenden wir Produkt, Dienstleistung und Angebot synonym.

- Beschreibung der Produktmotivation (Warum wurde das Produkt entwickelt/hergestellt? Stand am Anfang des Produkts ein Kundenbedürfnis? Ist das Produkt das Ergebnis von Forschungs- und Entwicklungsarbeit? Handelt es sich beim Produkt um eine Angebotsergänzung, Weiterentwicklung eines bestehenden Produkts...?)
- Darstellung weiterer Produkte oder Botschaften, die im Kontext kommuniziert werden sollen

## 2. Auftragsgegenstand

### Aufgabenstellung

- Beschreibung der Aufgabenstellung (Was genau soll die Agentur tun?)
- Eingrenzung der Aufgabenstellung (Liegt ein ganz konkretes Problem vor oder eher eines von allgemeiner Natur? Handelt es sich eher um eine operative Aufgabe (Strategie und/oder Konzept sind vorgegeben - wenn ja, bitte zur Verfügung stellen) oder um eine Gesamtkonzeption?)
- Beschreibung evtl. geleisteter konzeptioneller Vorarbeiten, bzw. dessen was aus vorher gehenden Projekten übernommen wird (Strategien, Kernbotschaften...)
- Definition der Ausgangslage, der Ist-Situation
- Darstellung unternehmensinterner Richtlinien, die zu beachten sind (Corporate-Culture- oder Corporate-Design-Richtlinien. Ist der Auftragsgegenstand Teil einer umfassenderen Kampagne oder muss er auf parallel laufende Aktivitäten Rücksicht nehmen?)

### Ziele

- Beschreibung der Ziele, die mittels unserer Arbeit erreicht werden sollen (Können/Wollen Sie messbare Ziele formulieren?)
- Beschreibung der Zielgruppen (BtoB und/oder BtoC und/oder interne Zielgruppen? Soziodemografische Merkmale, verhaltensbezogene Merkmale: Kaufverhalten, Informationsverhalten...)
- Zeithorizont (Welche Ziele sollen bis wann erreicht sein?)

### Budgetrahmen

- Gesamtrahmen oder detaillierte Darstellung für Einzelmaßnahmen

### Zeitplan

- Termin für Kostenvoranschlag, Präsentationstermin, gewünschter Start einer eventuellen Zusammenarbeit mit unserer Agentur