

BEREIT FÜRS BRIEFING?

Die untenstehenden Themen musst Du für Dich geklärt haben, ehe Du jemanden für die Umsetzung Deines Corporate Designs beauftragst. Ich weiß, das ist ganz schön viel, aber ab hier gilt: Alles was nach außen geht, ist ausschließlich dafür gedacht, Deine Lieblingskundschaft anzuziehen. Es ist also wichtig, dass Du vom Umsetzenden verstanden wirst, sodass er in Deinem Sinne echte Magneten erzeugen kann.

Übrigens: Wirst Du in einem Kreativ-Briefing nicht all diese Themen gefragt, such Dir eine andere Partnerin. Jemand, der von Dir nicht bis ins Detail wissen will, wofür Du stehst, kostet vielleicht wenig, hat aber kein echtes Interesse an Deinem Erfolg.

LOS GEHT'S:

- Genaue Beschreibung des Unternehmens
 - Wofür steht es?
 - Wer ist das Gesicht des Unternehmens?
 - Warum existiert das Unternehmen?
 - Welche Werte vertritt das Unternehmen?
 - Was ist die Vision?
 - Welche langfristigen Ziele (2-5 Jahre) gibt es?
 - Wer ist der direkte Mitbewerb?
- Was ist das Produkt?
- Welche Emotionen löst es aus?
- Was ist der Produktnutzen?
- Was sind die AndersFaktoren in den Feldern: Unternehmerpersönlichkeit, Produkt, Zielgruppe, Kundenreise und Kommunikation?

- Wie sieht die Positionierungsstrategie aus?
- Wer ist Deine Lieblingskundschaft?
 - Welche Sprache spricht sie?
 - Wo informiert sie sich?
 - Wo ist sie, bevor sie Kundschaft Deiner Marke werden?
 - Was erlebt sie in der Zusammenarbeit mit Dir? Gibt es Besonderheiten, die ZB im Buchungsprozess auf der Website zu beachten sind?
- Welche Kommunikationsziele hast Du für Dein Unternehmen?
- Welche Medien verwendest Du und warum?

Achtung: Logos für Signage, Banner, Stickereien, Spezialdrucke oder Prägungen müssen bestimmte Auflagen erfüllen. Überlege genau, wie Deine Lieblingskundschaft mit Deiner Marke in Kontakt kommt, um zu entscheiden, welche Give-aways/Werbematerialien Du brauchst.