

# KUNDENBRIEFING GNÄDINGER MARKETINGWERKSTATT

## 1. Kontakt

Projekt: \_\_\_\_\_

Firma: \_\_\_\_\_

Adresse: \_\_\_\_\_

Kontaktperson: \_\_\_\_\_

Telefon: \_\_\_\_\_

E-Mail: \_\_\_\_\_

Budget: \_\_\_\_\_

Gewünschter Endtermin: \_\_\_\_\_

Ausstelldatum: \_\_\_\_\_

## 2. Leistungen

### **Werbebrief/Adressen**

- Werbebrief
- Adressbeschaffung
- Telemarketing

### **Mailing/Prospekt**

- Mailing
- Flyer
- Prospekt
- Katalog
- Pocket Guide

### **Inserat**

- Inserat
- Kopf-/Fussfeldinserat
- Imageinserat

### **Event**

- Kundenveranstaltung
- Tag der offenen Tür

### **PR/Medien**

- PR-Text
- Medienmitteilung
- Medienkonferenz
- Medienadressen
- Success Story (PR)

### **Webseite**

- Webseite
- Webseite Analyse
- Suchmaschinenoptimierung

### **E-Mail-Marketing**

- Elektronischer Newsletter
- Newsletter-Software

### **CI/CD**

- Logo
- Visitenkarte
- Briefpapier

### **Konzepte**

- Marketingstrategie
- Werbekonzept
- Werbekampagne

### **Weitere Werbemittel**

- Plakat
- Werbeblache
- Fahrzeugwerbung
- Schaufensterbeschriftung
- Start-up-Paket
- Präsentationstechnik
- Ghostwriting
- Werbeartikel
- Weihnachtskarte

### **Andere**

- .....
- .....

### **3. Briefing**

Ausgangslage	Weshalb planen Sie diese Werbemaßnahme?
Übergeordnetes Werbeziel	Einbettung in Gesamtrahmen Ihrer Werbemaßnahmen? Wie sieht dieser Rahmen aus?
Zielgruppe/Absatzgebiet	Welche Zielgruppe in welchem geografischen Gebiet möchten Sie erreichen?
Konkretes Angebot/Produkt	Welches Angebot oder welches Produkt möchten Sie konkret bewerben? Handelt es sich um ein neues oder bestehendes Produkt/Angebot?
Reaktion der Zielgruppe	Welche Reaktion der Zielgruppe möchten Sie auslösen? Bestellung, Information, Ausstellungsbesuch, Reaktionselement Coupon, Telefon, Mail, Web etc.
Hauptbotschaft	Was bringt Ihr Angebot der Zielgruppe? (Verhalten, Bedürfnisse usw. der Zielgruppe)
Reason Why (Begründung)	Wieso soll die Zielgruppe das glauben?
Nebenbotschaft	Was soll die Zielgruppe sonst noch über Ihr Angebot erfahren?
Tonalität/Stil	Wie soll der Text/die Bildsprache etc. konzipiert sein? (z.B. rational, emotional, abschlussorientiert etc.)
Konkurrenz	Bitte nennen Sie die drei wichtigsten Mitbewerber (Firma, Web-Adresse)

#### **4. Ergänzungen**

Auflage	Bei Drucksachen
Sprache	Gewünschte Sprachen
Bisherige Werbemittel/bestehendes Textmaterial	Bisheriges Werbematerial vorhanden? Prospekte, Kataloge, Mailings etc., die bisher eingesetzt wurden. Bestehendes Textmaterial von Schulungsdokumentationen, Werbebrieffen, Mailings etc.
Bestehendes Bildmaterial	Bisheriges Bildmaterial vorhanden? Format jpg oder tif, mind. 300 dpi (CD-Rom oder per Mail an contact@marketingwerkstatt.com)
Neues Bildmaterial	Soll neues Bildmaterial durch die Marketingwerkstatt offeriert werden?
Bestehende Logos	Format jpg oder tif, mind. 300 dpi (CD-Rom oder per Mail an contact@marketingwerkstatt.com)
Adressbeschaffung	Sind Sie auch an Adressen für Ihre Zielgruppe interessiert (für Werbebrieffe etc.)?
Telemarketing	Soll mit einer telefonischen Aktion nach dem Einsatz der Werbemittel nachgefasst werden?
Weitere wichtige Angaben zu Ihrer Firma	
Anmerkungen	

Ausfüllen und senden an: contact@marketingwerkstatt.com