

Checkliste für Marketing-Eventagenturen zum Briefing

(Anmerkung: Das Briefing stellt einen wichtigen kreativen Prozess dar. Dieser mündet im Regelfall in einer mit dem Kunden gemeinsam erstellten Absichtserklärung – vgl. Glossar – diese Checkliste ist nur eine Gedankenstütze um die nötigsten Fakten vom Kunden zu erfragen. Keinesfalls darf sich das Briefing auf eine solche Checkliste beschränken.)

| Eckdaten des Unternehmens | Kommentare |
|---|-------------------|
| • die Marke (CI/ CD des Kunden) | |
| • Wesentliche Markt-und Wettbewerbsinformationen (oder entsprechende Märkte) | |
| | |
| Vorgegebene Eckdaten des Events | |
| • Anlass des Events | |
| produktbezogen (Produkteinführung, Relaunch, etc.) | |
| unternehmensbezogen (Jubiläum, Umzug etc.) | |
| • Art des Events | |
| • Ort, Location, Datum, Uhrzeiten, etc. | |
| | |
| Die Zielsetzung(en) differenziert nach quantitativen und qualitativen Zielen | |
| • Operative Ziele | |
| • Strategische Ziele | |
| • Verkaufsziele | |
| • Beratungsziele | |
| • Imageziele | |
| • Kommunikationsziele | |
| • Bekanntheitsgrad | |
| • Distributionsziele | |
| • Marktanteil, etc. | |
| | |
| Die Zielgruppe: | |
| • Definition der Zielgruppe | |
| intern (Vertrieb, Mitarbeiter) | |
| extern (Dienstleister, Händler, Kunden, Presse) | |
| National oder international | |
| • Sozio-demographische Angaben (Alter, Familienstand, etc.) | |
| • Profil der Zielgruppe | |
| • vorangegangene Events | |
| • erwartete Teilnehmerzahl | |

| | |
|--|--|
| Marketing-, Kommunikationsstrategie und integrierte Kommunikation | |
| · Botschaft(en) an die Zielgruppe(n) | |
| · Kommunikationsstrategie , in die das Event eingebettet ist | |
| · Verzahnung mit anderen Kommunikationstools: | |
| aktuelle Werbekampagne | |
| Internet-Auftritt | |
| Intranet | |
| Firmen-Zeitschrift | |
| · eventbegleitende Kommunikation (PR, Mailings, Festschriften u.ä.) | |
| · Medienpräsenz (eingeladene Medienvertreter, u.ä.) | |
| | |
| Die Rahmenbedingungen | |
| · Aufgaben der Agentur | |
| · Präsentationstermine | |
| · Präsentationsform | |
| · Auflistung des Gesamtbudgets, der Teilbudgets | |
| · End-und Zwischentermine | |
| · Restriktionen | |
| · Verantwortliche Abteilung für: | |
| Agenturauswahl | |
| Budget | |
| Realisationsbegleitung | |