Texter-Briefing

www.textstrategin.de

Wie sieht der Projektrahmen aus?

|  |  |
| --- | --- |
| Deadline (Bis wann benötigen Sie den Text?) |       |
| Ansprechpartner\*in für die Textabstimmung: |        |
| Ihre Telefonnummer: |       |
| Ihre E-Mail-Adresse: |       |
| Gewünschtes Datei-Format (Word, PDF) |       |
| Tool für die Abstimmung | [ ]  E-Mail [ ]  Slack [ ]  Google Drive [ ]  SharePoint [ ]  JIRA [ ]  anderes:       |

Was benötigen Sie?

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 1. [Texterstellung](#Texterstellung)
 | 1. [Textoptimierung](#Textoptimierung)
 | 1. [Textideen](#Textideen)
 |

|  |
| --- |
| 1. Texterstellung (Nicht das? Dann bitte weiter zu [Textoptimierung](#Textoptimierung) oder [Textideen](#Textideen))
 |
| 1. Was für Text wird benötigt wie viele (z. B. 3 Blogartikel)?
 | Textart:      Anzahl:       |
| 1. Verwendungs-zweck
 | **[ ]** online [ ]  offline/print [ ]  offline/sonstiges[ ]  beides (online + offline) |
| 1. Zielgruppe
 | **Neukunden:** [ ]  B2C [ ]  B2B [ ]  beide**Bestandskunden:** [ ]  B2C [ ]  B2B [ ]  beide |
| 1. Ziele
 | [ ]  **Informieren/beraten** (z. B. Erklärungen zu Ihren Produkten, Imagetexte, i.d.R. Blogartikel)[ ]  **Verkaufen/bewerben** (z. B. Aktionen, Direktmailings, Produktseiten)[ ]  **SEO** (Das oberste Ziel ist besseres Ranking unserer Seite(n); Bei Optimierung von bestehenden Texten bitte weiter bei [Textoptimierung](#Textoptimierung) und dann SEO) |
| 1. Stil und Tonalität
 | Haben Sie einen Corporate Language-Guide?[ ]  ja (bitte zur Verfügung stellen) [ ]  neinTonalität ist eher:[ ]  locker/unterhaltsam [ ]  förmlich/sachlich[ ]  anspruchsvoll[ ]  einfach[ ]  ernst[ ]  erklärendOptional: Ansprache [ ]  Sie [ ]  du [ ]  keine direkte Ansprache/neutral (v.a. bei Sachtexten üblich)Optional: Verwendung von Anglizismen (z. B. Brainstorming, Meeting) ok? [ ]  ja [ ]  nein |

|  |
| --- |
| 1. Inhalt (Sie müssen nur das Feld, das Ihrem Ziel (vgl. 3.) entspricht, ausfüllen)
 |
| **Informieren/****beraten** | 1. **Thema:**       (z. B. Über uns-Seite, Anleitungen)
2. **Was soll der Leser am Ende denken?** (z. B. ich will mehr erfahren, ich komme im Geschäft vorbei, ich will diesem Blog folgen etc.):
3. **Welche Begriffe, Fachtermini bzw. Keywords fallen Ihnen spontan ein/sind wichtig:**
4. **Nur bei online:** Soll intern verlinkt werden?

[ ]  ja:       oder [ ]  nein1. **Gibt es Bilder/Grafiken/Tabellen o. Ä., die unbedingt integriert werden sollen**:

[ ]  ja (wird separat nachgereicht) oder [ ]  nein oder [ ]  ich weiß noch nicht1. **Haben Sie Beispieltexte (z. B. Konkurrenz)?** Wenn ja, bitte beifügen oder hier Link setzen:

      |
| **Verkaufen/****bewerben** | 1. **Was soll beworben werden?** (Name Produkt/Service):
2. **Welchen Nutzen hat der Kunde?** (z. B. Zeit-, Geldersparnis, mehr Sicherheit, mehr Prestige etc.):
3. **Welche Alleinstellungsmerkmale haben Sie?**
4. **Wer sind Ihre nächsten Konkurrenten?**
5. **Was soll der Leser am Ende tun?** (Call-to-Action: kaufen/Abo abschließen/Testmonat starten):
6. **Gibt es Bilder/Grafiken/Tabellen o. Ä., die unbedingt integriert werden sollen:**

[ ]  ja (bitte separat mitschicken) oder [ ]  nein oder [ ]  ich weiß noch nicht |
| **SEO** | 1. **Neuer Text:** [ ]  ja [ ]  nein (dann bitte weiter bei [Textoptimierung](#Textoptimierung) ausfüllen)
2. **Haupt Keyword** (i.d.R. Produktgattung. z. B. Toaster, oder Dienstleistung, z. B. Unternehmensberatung):
3. **Neben Keywords** (z. B. Toaster günstig, Toaster mit XXX-Funktion, die neuesten Toaster):
4. **Weitere Begriffe, die fallen sollen, z. B. Eigennamen:**
5. **Welche Begriffe sollen auf keinen Fall erwähnt werden?** (optional):
6. **Welchen Mehrwert soll der Text dem Leser geben?** (Search Intent/Suchabsicht: Informationen, Entscheidungshilfe, Kauf):
7. **Wohin soll verlinkt werden?**
8. **Weitere Angaben: (optional)**
* Textlänge in Wörtern:
* Headline: [ ]  ja [ ]  nein
* Dachzeile (über der Headline): [ ]  ja [ ]  nein [ ]  kann, muss aber nicht
* Einstieg in den Text mit ca.       Wörtern Länge
* Haupttext mit ca.       Wörtern Länge
* Mind. Anzahl an Kapitelüberschriften:
* Sind Bilder, Grafiken oder andere Abbildungen vorgesehen? [ ]  ja (bitte mitliefern) [ ]  nein

Wenn ja, was wird noch benötigt:[ ]  Bildunterschrift(en)[ ]  ALT-Tag[ ]  Meta-Title und -Description |

|  |  |
| --- | --- |
| 1. Material & Hilfen (bitte zur Verfügung stellen)
 | [ ]  Input in Form von Whitepapern, Landingpages, Pressemitteilungen, Produktblättern[ ]  Beispieltexte von früheren Veröffentlichungen, von Konkurrenten o. Ä.Alternativ:[ ]  Recherchehilfe in Form von Benchmarks, Suchbegriffen o. Ä.[ ]  Sonstiges |
| 1. Next Steps
 | Welche Schritte folgen auf die Texterstellung?z. B.[ ]  Pflege ins Content-Management-System[ ]  Erstellung von Anzeigen, die darauf verweisen/verlinken[ ]  Übersetzung[ ]  Lektorat[ ]  Sonstiges:       |

+++ Den Rest müssen Sie nur ausfüllen, wenn Sie auch eine [Textoptimierung](#Textoptimierung) und/oder neue [Textideen](#Textideen) wünschen! +++

+++ Nur ausfüllen, wenn Sie statt oder zusätzlich zur Texterstellung eine Textoptimierung wünschen. +++

|  |
| --- |
| 1. Textoptimierung (Nicht das? Dann bitte weiter zu [Texterstellung](#Texterstellung) oder [Textideen](#Textideen))
 |
| 1. Was soll optimiert werden und wie viele Texte sind es?
 |      Anzahl:       |
| 1. Originaltext(e)
 | URL:                        Print: Werden zur Verfügung gestellt:[ ]  via E-Mail oder [ ]  sonstiges:      # |
| 1. Zielgruppe
 | **Neukunden:** [ ]  B2C [ ]  B2B [ ]  beide**Bestandskunden:** [ ]  B2C [ ]  B2B [ ]  beide |
| 1. Grund für Optimierung
 | [ ]  **Aktualisierung**[ ]  **Kürzung** [ ]  **Ergänzung**[ ]  **SEO** |
| 1. Stil und Tonalität
 | Haben Sie einen Corporate Language-Guide?[ ]  ja (bitte zur Verfügung stellen) [ ]  neinTonalität ist eher:[ ]  locker/unterhaltsam [ ]  förmlich/sachlich[ ]  anspruchsvoll[ ]  einfach[ ]  ernst[ ]  erklärendOptional: Ansprache [ ]  Sie [ ]  du [ ]  keine direkte Ansprache/neutral (v.a. bei Sachtexten üblich)Optional: Verwendung von Anglizismen ok? [ ]  ja [ ]  nein |

|  |
| --- |
| 1. Inhalt (Sie müssen nur das Feld, das dem Optimierungsgrund (vgl. 3.) entspricht, ausfüllen)
 |
| **Aktualisierung** | [ ]  Zahlen, Daten:      [ ]  Namings, Fachtermini:      Gibt es Einschränkungen bei der Aktualisierung (z. B. Absätze, die nicht angepasst werden sollen)?[ ]  ja (Bitte im Originaltext markieren, wenn möglich.)[ ]  nein |
| **Kürzung** | 1. Wieso soll gekürzt werden?
2. Was genau soll gestrichen werden?

[ ]  Ganze Absätze/Kapitel/Überschriften[ ]  Bestimmte Wörter/AussagenBitte im Originaltext markieren. Dankeschön. |
| **SEO**+++ Bitte beachten Sie, dass die Textlänge und Anzahl an Keywords nur einen Teil der Textoptimierung für SEO-Zwecke ausmachen.Besser ist es, den Search Intent (Suchabsicht) der User je nach Keyword zu analysieren und darauf aufbauend einen komplett neuen Text zu verfassen. +++ Wenn Sie also lieber einen neuen Text wünschen, gehen Sie bitte zurück zu [„Texterstellung“](#Texterstellung) und füllen Sie die Felder für „SEO“ aus. Ansonsten bitte hier weiter! | 1. **(Neues) Haupt Keyword** (i.d.R. Produktgattung, z. B. Toaster, oder Dienstleistung, z. B. Unternehmensberatung):
2. **(Neue) Neben Keywords** (z. B. Toaster günstig, Toaster mit XXX-Funktion, die neuesten Toaster):
3. **Weitere Begriffe, die fallen sollen, z. B. Eigennamen:**
4. **Welche Begriffe sollen auf keinen Fall erwähnt werden?** (optional):
5. **Welchen Mehrwert soll der Text dem Leser geben?** (Search Intent des Lesers: Informationen, Entscheidungshilfe, Kauf):
6. **Gibt es neue Verlinkungen, wenn ja welche?**
7. **Weitere Angaben (optional):**
* Textlänge: [ ]  soll gleich bleiben

[ ]  soll um       Wörter länger werden* Headline neu? [ ]  ja [ ]  nein
* Dachzeile (über der Headline) neu? [ ]  ja [ ]  nein
* Neuer Einstieg in den Text? [ ]  Ja mit       Wörtern [ ]  nein kann bleiben
* Haupttext (Länge): [ ]  soll gleich bleiben [ ]  soll um       Wörter länger werden
* Mind. Anzahl an Kapitelüberschriften:
* Sind Bilder, Grafiken oder andere Abbildungen vorgesehen? [ ]  ja (mitliefern) [ ]  nein

Wenn ja, was wird benötigt:[ ]  Neue Bildunterschrift(en)[ ]  Neue ALT-Tags[ ]  neue Meta-Title und -Description |

|  |  |
| --- | --- |
| 1. Material & Hilfen (bitte zur Verfügung stellen)
 | [ ]  Originaltext€ unbedingt verlinken bzw. zur Verfügung stellen (siehe oben)Optional: [ ]  Weiterer Input in Form von Whitepapern, Landingpages, Pressemitteilungen, Produktblättern[ ]  Beispieltexte von bereits optimierten Texten, von Konkurrenten o. Ä. |
| 1. Next Steps
 | Welche Schritte folgen auf die Textoptimierung?z. B.[ ]  Pflege ins Content-Management-System[ ]  Erstellung von Anzeigen, die darauf verweisen/verlinken[ ]  Übersetzung[ ]  Lektorat[ ]  Sonstiges:       |

+++ Rest nur ausfüllen, wenn Sie auch neue Textideen benötigen. +++

+++ Nur ausfüllen, wenn Sie Unterstützung bei neuen Textideen benötigen. +++

|  |
| --- |
| 1. Textideen (Nicht das? Dann bitte weiter zu [Texterstellung](#Texterstellung) oder [Textoptimierung](#Textoptimierung))
 |
| 1. Wofür benötigen Sie neue Textideen?
 | [ ]  Blog[ ]  Social Media [ ]  Publikationen[ ]  Sonstiges:       |
| 1. Wie viele bzw. wie oft benötigen Sie neue Textideen?
 | [ ]  regelmäßig und zwar:      [ ]  einmalig einen Schwung an neuen Topics zu einem Oberthema |
| 1. Zielgruppe
 | **Neukunden:** [ ]  B2C [ ]  B2B [ ]  beide**Bestandskunden:** [ ]  B2C [ ]  B2B [ ]  beide |
| 1. Ziele
 | [ ]  **Informieren/beraten** (z. B. Erklärungen zu Ihren Produkten, Imagetexte, i.d.R. Blogartikel) zum Themenbereich:      [ ]  **Verkaufen/bewerben** (z. B. Aktionen, Direktmailings, Produktseiten) für Produktfamilie/Service:      [ ]  **SEO** (höheres Ranking in Suchmaschinen ist das oberste Ziel) zum Themenbereich:       |
| 1. Haben Sie einen Redaktionsplan?
 | **[ ]** ja (bitte mitschicken)[ ]  nein [ ]  und hätte gerne einen oder [ ]  ich brauche keinen |
| 1. Benötigen Sie außer neuen Themen auch den inhaltlich-grafischen Aufbau?
 | [ ]  ja [ ]  neinWenn ja, benötigen Sie wahrscheinlich ein Konzept, also einen Aufbauplan für Text, Bilder, Call-to-Actions & co. Mehr Infos finden Sie hier: [www.textstrategin.de/konzept](http://www.textstrategin.de/konzept) Wo soll der Text genau integriert sein? (z. B. im Blog, in einer Broschüre, in einem Katalog, in eine Werbemailing etc.):      Natürlich berate ich Sie hierzu gerne persönlich! |