Konzepter-Briefing

www.textstrategin.de

Wie sieht der Projektrahmen aus?

|  |  |
| --- | --- |
| Deadline (Bis wann benötigen Sie das Konzept?) |  |
| Ansprechpartner\*in für die Konzeptabstimmung: |  |
| Ihre Telefonnummer: |  |
| Ihre E-Mail-Adresse: |  |
| Gewünschtes Datei-Format (PDF, JPG) |  |
| Tool für die Abstimmung | E-Mail  Slack  Google Drive  SharePoint  JIRA  anderes: |

Anforderungen an das Konzept

|  |  |
| --- | --- |
| 1. Für was benötigen Sie ein Konzept? | z. B. Website, Landingpage, Broschüre, Plakat, Video, Werbesendung etc.: |
| 1. Wie viele Konzepte benötigen Sie? | z. B. bei Website: X Unterseiten |
| 1. Verwendungs-zweck | online  offline/print  offline/sonstiges  beides (online + offline) |
| 1. Zielgruppe | Neukunden:  B2C  B2B  beide  Bestandskunden: B2C  B2B  beide |
| 1. Inhalte | Stehen die Inhalte Ihrer Maßnahme schon fest?  ja, und zwar   1. Themen 2. Texte 3. Abbildungen, Grafiken 4. Fotos 5. Weiteres:   nein. Wir benötigen Unterstützung und können folgendes Material für die Konzeption zur Verfügung stellen:   1. Input in Form von Whitepapern, (eigene) Website, Landingpages, Pressemitteilungen, Produktblättern 2. Recherchehilfe in Form von Benchmarks o. Ä. 3. Sonstiges   Die Unterlagen werden wie folgt zur Verfügung gestellt:  URL:              E-Mail  Download-Link  anderes: |
| 1. Ziele | **Informieren/beraten** (z. B. Merkblätter, Service-Page)  Thema:  **Verkaufen/bewerben** (Direktmailings, Video, Landingpages)   1. Welchen Nutzen hat der Kunde? (z. B. Zeit-, Geldersparnis): 2. Welche Alleinstellungsmerkmale haben Sie? 3. Wer sind Ihre nächsten Konkurrenten?   **Optimierung**   1. Usability/UX 2. Verständnis 3. Lesbarkeit 4. Reduzierung von Inhalten/Seiten 5. sonstiges   **Branding**   1. Dachidee für eine Kampagne/Aktion 2. Adaption einer Dachidee auf andere Kanäle (z. B. von TV auf Banner o. Ä.) |
| 1. Call-to-Action | Was soll der Leser am Ende tun oder denken? (z. B. Kontakt aufnehmen, Formular ausfüllen, Newsletter abonnieren, weiterlesen, schnell Informationen finden etc.) |
| 1. Customer Journey | An welcher Stelle der Customer Journey ist die Maßnahme angesiedelt? (z. B. Interesse wecken, After-Sales, alle Kunden, die XXX) |
| 1. Next Steps | Welche Schritte folgen auf die Konzepterstellung?  Texterstellung  Design  Fotoshooting  Produktion (Druck)  Sonstiges: |