**Briefing-Vorlage für Marketing-Agenturen:**

**1. Ziel des Projekts:** Was soll durch die Marketingmaßnahme erreicht werden? (z. B. Bekanntheit steigern, Produkt-Launch begleiten, Abverkauf fördern)

**2. Zielgruppe:** Wer soll angesprochen werden? (z. B. demografische Merkmale, Interessen, Verhalten)

**3. Produkt/Leistung:** Kurze Beschreibung des Produkts/der Dienstleistung, inklusive USPs und wichtigsten Funktionen.

**4. Vertriebskanäle:** In welchen Kanälen wird das Produkt verkauft. MassRetail, Fachhandel, Direkt-Vertrieb mit Drop-Shipment, E-Commerce, Distributoren

**5. Kommunikationskanäle:** Welche Medien und Plattformen sollen bespielt werden? (z. B. Social Media, Online Ads, Print, POS)

**6. Tonalität und Stil:** Wie soll kommuniziert werden? (z. B. sachlich, emotional, innovativ, humorvoll)

**7. Call-to-Action:** Was soll die Zielgruppe konkret tun? (z. B. Webseite besuchen, kaufen, sich informieren)

**8. Zeitplan:** Wann soll die Kampagne starten und wie lange laufen?

**9. Budgetrahmen:** Welches Budget steht zur Verfügung?

**10. Wettbewerber / Marktumfeld:** Gibt es wichtige Informationen zur Konkurrenz oder Marktentwicklung?

**11. Besondere Hinweise / Do's & Don'ts:** Gibt es Vorgaben oder Einschränkungen für die kreative Umsetzung?

13. Prozessschritte: Gibt es Zwischenschritte in der Entwicklung, zu denen vielleicht ein „Schulterblick“ in Form einer informellen Zwischenpräsentation oder erstes Kundenfeedback eingeholt werden muss, bevor die Agentur weiter arbeitet.

**14. Erfolgskriterien / Akzeptanzbedingungen:** Was muss erfüllt sein in Form eines „Deliveries“ seitens der Agentur, sodass der Auftrag erfüllt ist und abgerechnet werden kann. Und gibt es gegebenenfalls Teilschritte (siehe 13.), in denen das Kreative-Ergebnis sukzessive präsentiert, kritisiert, verbessert und dann final abgeliefert wird.