

Welche Fragen müssen bei einem Briefing geklärt werden?

Aus Webseite Konzeption, Jens Jacobsen, Kapitel 2, Briefing

- Was sind die Ziele des Projekts?
- Wer ist an den Entscheidungen darüber beteiligt? (»Stakeholder«)
- Wer ist die Zielgruppe? (Kunden bzw. Besucher der Site)
- Welche Inhalte sollen auf die Site?
- Sind mehrere Sprachfassungen geplant? Wenn ja, welche?
- Welche Funktionen soll die Site haben?
- Gibt es ein Corporate Design bzw. eine Corporate Identity oder Gestaltungsrichtlinien?
- Gab es frühere Multimedia-Produktionen? Wenn ja, bitten Sie darum, diese anzusehen, und fragen Sie, ob der Auftraggeber zufrieden damit war.
- Gibt es Vorbilder (positive wie abschreckende) für die gewünschte Produktion?
- Gibt es eine feste Werbeagentur?
- Wie soll für die Website geworben werden?
- Was ist das Alleinstellungsmerkmal der Firma – in der Marketing-Sprache »Unique Selling Proposition« (USP)? (Was unterscheidet den Auftraggeber von seinen Wettbewerbern?)
- Welche Inhalte sind vorhanden? Gibt es Texte, kann man diese im besten Fall umschreiben. Meist müssen sie für den Einsatz im Web aber völlig neu geschrieben werden.
- Welche Grafiken, Fotos, Filme etc. sind vorhanden? Ist die Qualität ausreichend und hat der Auftraggeber die Rechte an den Materialien?
- Soll Werbung auf der Site geschaltet werden?
- Gibt es bereits eine Domain?
- Wie sind die technischen Rahmenbedingungen? Gibt es schon einen Server, auf dem die Site laufen soll? Soll sie in eine Datenbank integriert werden oder soll sie auf Datenbanken zugreifen?
- Wann soll die Site online gehen?
- Wie soll die Site gepflegt und aktualisiert werden? Durch wen?
- Wie sehen die Webauftritte der wichtigsten Konkurrenten aus? Haben sie Funktionen, die über das hinausgehen, was sich Ihr potenzieller Auftraggeber vorstellt? Was ist gut, was ist schlecht?
- Wie steht die Firma im Markt? Ist sie ein Nischenanbieter, ein kleiner Herausforderer oder der Marktführer?
- Wie stellt sich die Firma nach außen dar?
- Welche Bedeutung hat das Web für die Firma? Ein Hersteller von Schuhen beispielsweise wird dem Web eine ganz andere Bedeutung beimessen als ein IT-Unternehmen.