

KUNDENBRIEFING GNÄDINGER MARKETINGWERKSTATT

1. Kontakt

Projekt:

Firma:

Adresse:

Kontaktperson:

Telefon:

E-Mail:

Budget:

Gewünschter Endtermin:

Ausstellendatum:

2. Leistungen

Werbebrief/Adressen	PR/Medien	Konzepte
<input type="checkbox"/> Werbebrief	<input type="checkbox"/> PR-Text	<input type="checkbox"/> Marketingstrategie
<input type="checkbox"/> Adressbeschaffung	<input type="checkbox"/> Medienmitteilung	<input type="checkbox"/> Werbekonzept
<input type="checkbox"/> Telemarketing	<input type="checkbox"/> Medienkonferenz	<input type="checkbox"/> Werbekampagne
Mailing/Prospekt		
<input type="checkbox"/> Mailing	<input type="checkbox"/> Medienadressen	Weitere Werbemittel
<input type="checkbox"/> Flyer	<input type="checkbox"/> Success Story (PR)	<input type="checkbox"/> Plakat
<input type="checkbox"/> Prospekt	<input type="checkbox"/> Webseite	<input type="checkbox"/> Werbeblache
<input type="checkbox"/> Katalog	<input type="checkbox"/> Webseite Analyse	<input type="checkbox"/> Fahrzeugwerbung
<input type="checkbox"/> Pocket Guide	<input type="checkbox"/> Suchmaschinenoptimierung	<input type="checkbox"/> Schaufensterbeschriftung
Inserat		
<input type="checkbox"/> Inserat	<input type="checkbox"/> Elektronischer Newsletter	<input type="checkbox"/> Start-up-Paket
<input type="checkbox"/> Kopf-/Fussfeldinserat	<input type="checkbox"/> Newsletter-Software	<input type="checkbox"/> Präsentationstechnik
<input type="checkbox"/> Imageinserat	E-Mail-Marketing	
<input type="checkbox"/> Event	<input type="checkbox"/> Logo	<input type="checkbox"/> Ghostwriting
<input type="checkbox"/> Kundenveranstaltung	<input type="checkbox"/> Visitenkarte	<input type="checkbox"/> Werbeartikel
<input type="checkbox"/> Tag der offenen Tür	<input type="checkbox"/> Briefpapier	<input type="checkbox"/> Weihnachtskarte
CI/CD		
Andere		
		<input type="checkbox"/>
		<input type="checkbox"/>

3. Briefing

Ausgangslage	Weshalb planen Sie diese Werbemassnahme?
Übergeordnetes Werbeziel	Einbettung in Gesamtrahmen Ihrer Werbemassnahmen? Wie sieht dieser Rahmen aus?
Zielgruppe/Absatzgebiet	Welche Zielgruppe in welchem geografischen Gebiet möchten Sie erreichen?
Konkretes Angebot/Produkt	Welches Angebot oder welches Produkt möchten Sie konkret bewerben? Handelt es sich um ein neues oder bestehendes Produkt/Angebot?
Reaktion der Zielgruppe	Welche Reaktion der Zielgruppe möchten Sie auslösen? Bestellung, Information, Ausstellungsbesuch, Reaktionselement Coupon, Telefon, Mail, Web etc.
Hauptbotschaft	Was bringt Ihr Angebot der Zielgruppe? (Verhalten, Bedürfnisse usw. der Zielgruppe)
Reason Why (Begründung)	Wieso soll die Zielgruppe das glauben?
Nebenbotschaft	Was soll die Zielgruppe sonst noch über Ihr Angebot erfahren?
Tonalität/Stil	Wie soll der Text/die Bildsprache etc. konzipiert sein? (z.B. rational, emotional, abschlussorientiert etc.)
Konkurrenz	Bitte nennen Sie die drei wichtigsten Mitbewerber (Firma, Web-Adresse)

4. Ergänzungen

Auflage	Bei Drucksachen
Sprache	Gewünschte Sprachen
Bisherige Werbemittel/bestehendes Textmaterial	Bisheriges Werbematerial vorhanden? Prospekte, Kataloge, Mailings etc., die bisher eingesetzt wurden. Bestehendes Textmaterial von Schulungsdokumentationen, Werbebriefen, Mailings etc.
Bestehendes Bildmaterial	Bisheriges Bildmaterial vorhanden? Format jpg oder tif, mind. 300 dpi (CD-Rom oder per Mail an contact@marketingwerkstatt.com)
Neues Bildmaterial	Soll neues Bildmaterial durch die Marketingwerkstatt offeriert werden?
Bestehende Logos	Format jpg oder tif, mind. 300 dpi (CD-Rom oder per Mail an contact@marketingwerkstatt.com)
Adressbeschaffung	Sind Sie auch an Adressen für Ihre Zielgruppe interessiert (für Werbebriefe etc.)?
Telemarketing	Soll mit einer telefonischen Aktion nach dem Einsatz der Werbemittel nachgefasst werden?
Weitere wichtige Angaben zu Ihrer Firma	
Anmerkungen	

Ausfüllen und senden an: info@marketingwerkstatt.ch