

Briefing-Formular

Kunde *	Name Ihres Unternehmens		
Absender der Kampagne *	powered by, Werbemittel-Logo		
Laufzeit *	Geplante Laufzeit der Kampagne	von		bis
Budget *	Wie viel Mediabudget steht zur Verfügung?		
	Unterliegen Sie dem Medientransparenzgesetz?	Ja	Nein	
Land *	Was ist der Ausspielungsraum der Kampagne?	Österreich	Deutschland	Schweiz
Targeting	Soll die Kampagne regional eingegrenzt werden? (Geotargeting)		
	Soll die Kampagne auf Desktop ausgespielt werden?	Ja	Nein	
	Soll die Kampagne auf Mobile ausgespielt werden?	Ja	Nein	
Produkt(e)/ Dienstleistung(en) *	Welches Produkt/welche Dienstleistung soll beworben werden?		
Features/ Produkt-USPs	Welche Produkt-Features sollen genannt werden? Welche USPs heben das Produkt von der Konkurrenz ab?		
Landingpage(s) *	URL der Kampagnen-Zielseite		
Problemstellung	Was ist die derzeitige Herausforderung des Kunden?		
Ziel(e) *	Welches Ziel soll mit der Kampagne erreicht werden?		
KPIs *	Welche der folgenden KPIs ist für das Kampagnenziel am wichtigsten?	Dwelltime	Bouncerate	AdCTR
Zielgruppe(n)	Wie tickt die Zielgruppe? Welchen Vorteil bzw. welche Problemlösung erhoffen sich Menschen, an die das beworbene Produkt/die beworbene Dienstleistung gerichtet ist? (Insights über die Zielgruppe wertvoller als klassische Definition)		

* Pflichtfeld

Fortsetzung auf Seite 2 →

Briefing-Formular

Ausrichtung	Wie sollen die Inhalte ausgerichtet sein?	werblich	redaktionell
Tonalität	Humor	seriös/ernst	locker, leicht
	Sprache	zwanglos	gehobene Sprache
	emotionaler Level	nüchtern	emotional
	Zugang/Einstellung zum Thema	respektvoll	provokativ
	Ansprache der Leser	Sie Du indirekt	
Gendern	Ja Schreibweise:	Nein	
Material	Werden Produktbilder (Packshots) beigelegt? ¹	Ja Nein	
	Werden Display Ads beigelegt?	Ja Nein	
	Werden Trackings beigelegt?	Ja Nein	
	(redaktionelle) Bilder für Teaser und Werbemittel	Kunde Agentur Stockbilder ²	
	Videos (physisch, gängige Formate)	Ja Nein	
	Zitate/Kundenstimmen	Ja Nein	
No-Gos	Welche Themen sollen nicht behandelt werden? Mit welchen Emotionen darf nicht gearbeitet werden?		

¹ Bei produktbezogenen Kampagnen wird die Darstellung des Produktes empfohlen

² Stockbilder mit Content Garden-Lizenz (ohne Zusatzkosten)