



sonnenfroh
werbeagentur

Briefing Stammdaten

Firma:

Datum:

1.1 Allgemeine Marktdaten

a) Gibt es Marktforschungsergebnisse aus der Branche bzw konkret zum Unternehmen?

O Ja (liegt anbei) O Nein O Ja, bitte abfragen bei(m):

b) Gibt es (gesetzlich) verordnete Pflichttexte/-hinweise (z.B. Pharmabereich)

O Ja (liegt anbei) O Nein O Ja, bitte abfragen bei(m):

Weiteres zu Punkt)

.....
.....
.....

1.2 Branchenumfeld

a) Wächst, stagniert oder schrumpft der Markt?

O Wächst O Stagniert O Schrumpft

Weil

.....
.....

b) Gibt es saisonale Schwankungen?

O Nein O Ja, weil

c) Welche Trends liegen vor?

.....
.....
.....
.....

d) Gibt es Umschichtungen im Markt?

O Nein O Ja, folgende

.....
.....

Weiteres zu Punkt)

.....
.....



1.3 Wettbewerb

a) Wer sind die wichtigsten Mitbewerber und mit welcher Bedeutung (Ranking)?

b) Mit welchen %-Anteilen (Marktdurchdringung, Verbraucheranteile) zu unserem Unternehmen?

Unser Unternehmen %,

c) Darstellung der Mitbewerber (Image, USP, Philosophie, Preispolitik, Kommunikation)?

Was macht er schlechter

Was macht er besser

Warum entscheidet man sich für ihn

Siehe auch Anlage(n) anbei!

d) Welche Produkt-/Leistungsinfos liegen vor?

e) Wie hat sich der Wettbewerb verändert?

f) Wie stellt sich die Wettbewerbssituation der letzten Jahre dar?

g) Wie stellt sich die Wettbewerbssituation der zukünftigen Jahre dar?



2.1 Allgemeine Firmeninfos

a) Unser Unternehmen beschäftigt sich mit folgender Herstellung/Leistung:

mit folgenden Schwerpunkten (Produkten/Dienstleistungen mit geschätztem jeweiligem Umsatzanteil %):

b) Wir haben folgende Bedeutung im Markt:

c) Unsere Firmenphilosophie definiert sich folgendermaßen:

d) Weiß man, was die Kunden über einen denken?

e) Wie sieht die Firmenhistorie aus?

f) Wir sind: *O regional* *O national* *O international* tätig mit folgender Firmenstruktur:

.....
.....

g) Wir haben: *Mitarbeiter* h) Jahr der Gründung:

i) Folgende Zertifizierungen:

j) Wie hoch ist das Werbebudget?

Im Vergleich zum Umsatz: % in EURO

k) Mit dem momentanen Geschäftsverlauf sind wir: *O zufrieden* *O unzufrieden und wollen*
folgendes verändern:

l) Wichtige Investitionen:



2.2 Das Corporate Identity/Design

- a) Unser betonter USP (unique selling proposition) ist: *O subjektiv O objektiv*
- b) Folgende Stärken betonen wir zusätzlich:
- c) Wir haben uns folgender Preispolitik verschrieben:
- d) Wir haben uns folgender Produktpolitik verschrieben:
- e) Gibt es eine zentrale Botschaft (Slogan, Claim)?
O nein O ja, folgende:
- f) Gibt es ein einheitliches Erscheinungsbild?
- g) Nennung und Darstellung folgender Inhalte sind fester Bestandteil unserer Kommunikation:
Text:
Bild:
Dazu haben wir folgende Anlagen beigelegt:
- h) Folgendes darf nicht erwähnt bzw. dargestellt werden:

3. Marketingverhalten

- a) Wird eine aktive Marketingstrategie/Kommunikationspolitik gefahren? *O ja O nein*
- b) Gab/gibt es Veränderungen im Strategieplan *O ja O nein*
- c) Wird eine Kontrolle vor und nach einer Aktion durchgeführt? *O ja O nein*
- d) Gibt es Before/After Sale Aktivitäten? *O ja, folgende:* *O nein*
- e) Wie hoch wird das Firmenimage bewertet bzw definiert es sich?



3.1 Zielgruppen/Beeinflussung

- a) Gibt es eine definierbare Ziel-Käufergruppe? Wenn ja, wie definiert sie sich?
- b) Welche generellen Makro(Schwerpunkt)-Käufergruppen gibt es?
- c) Gibt es definierbare „Räume“ wo sich diese gehäuft zusammenfinden?
- d) Wo liegt das beste Käufersegment? *O B-to-B* *O B-to-C*
- e) Über welche Schiene erfolgt der Vertrieb?
- f) Wo liegen die zu bearbeitenden Meinungsbildner bzw. Entscheider?
- g) Über welche indirekten Kanäle wird das Käufersegment flankierend bearbeitet?
- h) Welche unbeeinflussbaren Faktoren gibt es in Bezug zur Meinungsbildung?
- i) Welche beeinflussbaren Faktoren gibt es in Bezug zur Meinungsbildung?
- j) Wie hoch wird der Marken(Image)anteil am Produktwert gesehen?
O sehr hoch *O hoch* *O mittel* *O gering* *in Prozent* %



4.1 Marketingstrategie

a) Welche Ziele sind langfristig angesetzt?

qualitativ:

quantitativ:

b) Welche Ziele sind mittelfristig angesetzt?

qualitativ:

quantitativ:

c) Welche Ziele sind kurzfristig angesetzt?

qualitativ:

quantitativ:

d) In welchem Zeitraum sollen diese Ziele verwirklicht werden?

4.2 Werbeziele

a) Welche Detailziele werden angegangen um Veränderungen zu erzielen:

- *O Bekanntheitsgrad erhöhen*

- *Ausgleich von Schwankungen: O national O international O saisonal*

- *Beeinflussung der Verbraucher bezüglich: O Verwendungsgewohnheiten O Markenpräferenz*

- *O Imagekorrekturen*

- *O Sicherung von Marktanteilen*

- *O Gewinnung neuer Marktanteile*

- *O Bekanntheitsgrad erhöhen für neues Produkt*

- *Erhöhung des Kenntnisstandes bezüglich: O Produkt O Unternehmen O Markt*

- *O Differenzierung der eigenen Marke gegenüber dem Wettbewerb*

- *Steigerung des Good will gegenüber: O Großhandel O Einzelhandel O „Zentralen“*

- *O Sonstiges:*



