



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:*



### 4.3 Sonstiges

a) Was gibt es sonst noch Wissenswertes?

b) Was sollte auf keinen Fall umgesetzt werden?

c) Sonstiges / Skizzen / Formeln etc.

