

Creative Brief für Projekt:

Liebe/r Ausfüller/in

Die folgenden Fragen geben mir ein Grundverständnis für Ihr Vorhaben. Je konkreter die Informationen, desto besser.

Vielen Dank im Voraus!

Bis bald.

Jann

Teil 1: Das Hauptziel Ihrer Kampagne oder Ihres Projekts

Was sollen die Interessenten TUN? (Kreuzen Sie alle zutreffenden Punkte an):

- Geld spenden (einmalig, monatlich, andere)
- Ein Produkt kaufen, das Ihre Sache unterstützt
- Sich zu einem Event anmelden
- Sich in Ihren kostenlosen oder kostenpflichtigen Newsletter eintragen
- Sich zu Ihren kostenlosen oder kostenpflichtigen Seminaren anmelden
- Kostenloses oder kostenpflichtiges Material herunterladen
- An Diskussionen teilnehmen
- Einen Blog-Kommentar verfassen
- Etwas anderes

Erläutern Sie Ihre Wahl:

Marketing- und Umsatzziele für Ihre Organisation (Kreuzen Sie alle zutreffenden Punkte an):

- Erstspender gewinnen
- Förderung von Erneuerungen oder wiederholten Spenden
- Potenziellen Empfängern Dienstleistungen anbieten/mit ihnen kommunizieren
- Eine Marketinginitiative für einen bestimmten Zweck starten
- Einnahmen durch Sponsoring, Werbung, Partnerschaft(en) generieren
- Finanzierung durch Zuschüsse sichern
- Etwas anderes:

Erläutern Sie Ihre Wahl:

Teil 2: Die Zielgruppe

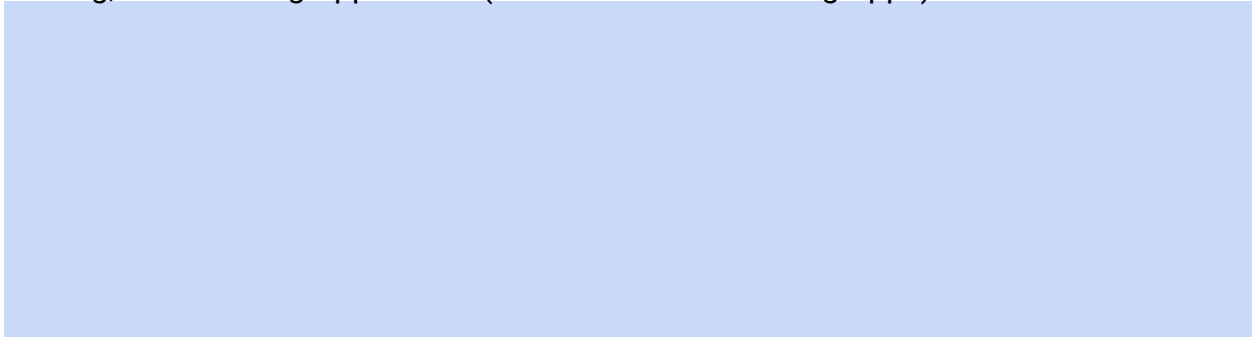
Beschreiben Sie den idealen/angestrebten Interessenten: Für wen ist diese Kampagne gedacht (Spender, Fachleute, Sponsoren, Empfänger, Medien)?

Geschlecht, Alter, Geografie, Job, Lifestyle, Glaubenssätze:

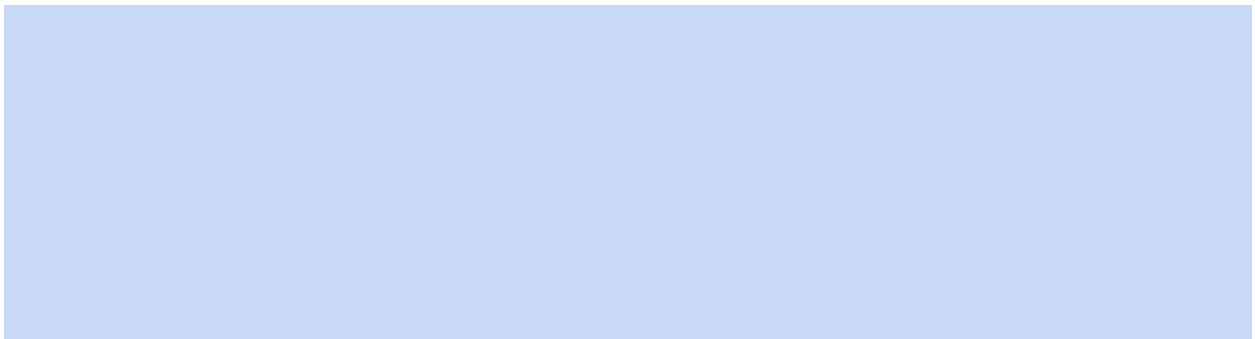
Problem oder Interesse, das Ihre Zielgruppe hat und das Ihre Organisation lösen oder adressieren kann... oder auf das Sie aufmerksam machen möchten, um Unterstützung zu erhalten:



Lösung, die Ihre Zielgruppe sucht (wie helfen Sie Ihrer Zielgruppe):



Was motiviert und inspiriert diese Zielgruppe:



Weitere Erkenntnisse, Forschung, Anekdoten:

Teil 3: Die Konkurrenz (Hauptkonkurrenten in Ihrem Bereich):

1. Name:

Domainname/Webadresse:

Erklären Sie, was Ihr Konkurrent besser macht:

2. Name:

Domainname/Webadresse:

Erklären Sie, was Ihr Konkurrent besser macht:

3. Name:

Domainname/Webadresse:

Erklären Sie, was Ihr Konkurrent besser macht:

Teil 4: Ihre Botschaften

Was ist der Hauptgrund, warum man Ihre Organisation gegenüber anderen für Spenden, Mitgliedschaften, Sponsoren usw. wählen sollte (USP)?

Listen Sie die wichtigsten Merkmale der Angebote Ihrer Organisation auf:

Listen Sie die wichtigsten Vorteile auf, die Ihre Organisation Spendern/Mitgliedern/Sponsoren bietet:

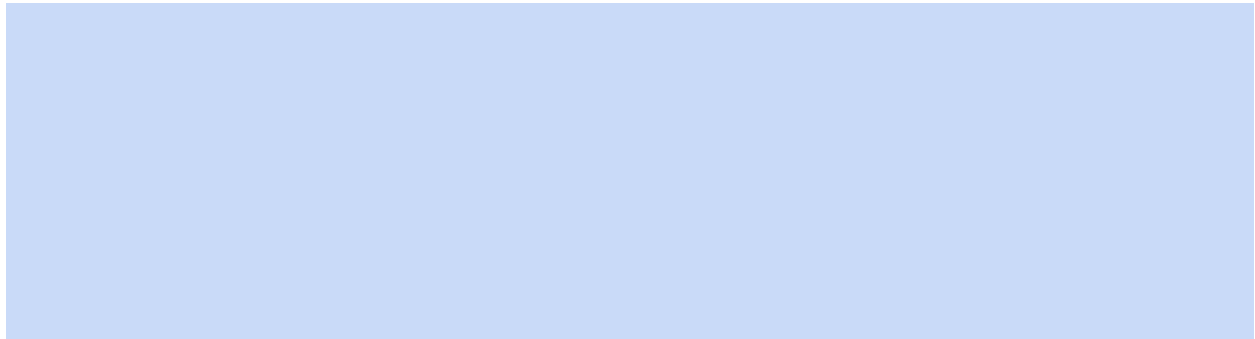
Was ist das ultimative „UND JETZT?!“ Versprechen, das Sie machen? Versuchen Sie zu formulieren, was Ihre Organisation für Menschen, die Umwelt etc. bewirkt:

Welche "Beweise" untermauern Ihre Schlüsselbotschaften (Testimonials, Empfehlungen, Erfolgsgeschichten, Fallstudien, Statistiken etc.)?"

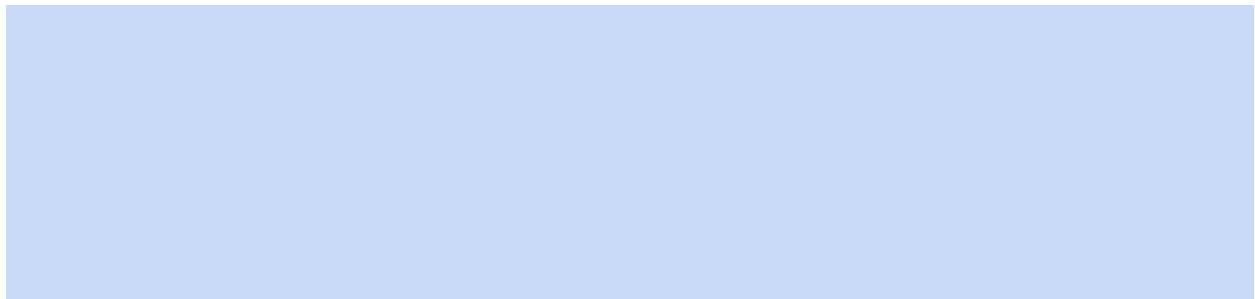
Welche Hindernisse/Einwände müssen Sie überwinden, damit Ihr Vorhaben ein voller Erfolg wird? Fragen Sie Ihre Zielgruppe zum Beispiel, etwas völlig Unbekanntes zu unterstützen?



Gewünschter Ton und Stil:



Welche Schlüsselwörter verwendet Ihre Zielgruppe in Suchmaschinen (Google), um zu finden, was Sie anbieten?



Welche Materialien können Sie mir zusenden (Marketingplan, Präsentationen, aktuelle Marketingmaterialien, Medienplan, Samples etc.)?



Teil 5: Weiteres

Gibt es sonst noch etwas, das ich wissen muss?



Ihr Name:

