

Das Briefing (der Auftrag) an eine Internetagentur

1. Ausgangslage

- Eigenes Unternehmen: Portrait, Sortiment, Marktstellung
- Marketingsituationsanalyse
- Bisheriger Internetauftritt und dessen Erfolg (falls vorhanden)
- Produkt- und Dienstleistungssortiment
- Problemstellung

2. Zielsetzungen

- Strategische Ziele: Ausbau Distribution, Internationale Ausrichtung, Neue Produkte/ Dienstleistungen lancieren, Kundennähe und/oder Kundenbindung optimieren etc.
- Zielgruppen nach Priorität, Zielgruppenbeschreibung
- Zugriffsziele, Zielsetzungen nach Interessenten
- Anwendersitzungen/Anzahl User, Anzahl Hits, Zugriffe nach Ländern, Zugriffe nach Suchmaschinen, Zugriffe nach Links (=Verbindungen), Zugriffe nach Suchbegriffen etc.
- Anzahl Interessenten, Angebotsanfragen, Besprechungstermine, Umsatz- und DB-Ziele etc.
- Terminliche Ziele, Aufschaltung der Websites
- Budget-Ziele
- Gestaltungsziele

3. Strategie/Vorgehen (Strategie = langfristig, geplantes Vorgehen)

- Richtlinien betreffend des kommunikativen Auftritts, z.B. gemäss bestehenden Werbeunterlagen etc.
- Werbebotschaft
- Vorschläge betreffend der Visualisierung
- Internetmarketingstrategie

4. Massnahmen

- Meilensteine der Gestaltung des Internetauftritts inkl. Termine
- Meilensteine bezüglich den Internetmarketingmassnahmen
- Konkrete Massnahmen für das weitere Vorgehen

5. Organisation

- Beteiligte interne und externe Stellen
- Interne/externe Aufgaben
- Verantwortlichkeiten, Aufgaben, Kompetenzen
- Auftragsbeschreibung
- Koordinationsstellen intern/extern

6. Budget

- Budget-Rahmen
- Einzelne Budget-Posten

7. Kontrollen

- Kontrolle der Zielsetzungen, Erfolgskontrollen
- Budget-Kontrolle
- Berichtswesen, Sitzungen, Protokolle

Quelle: Marketing-Checklisten-Manager

Weitere kostenlose Checklisten gibt es unter <http://www.marketing-checkliste.de>