

Was wir von Ihnen brauchen

Briefing

Für die Analyse und optimale Umsetzung der Marketing-Vorgaben in die Media-Strategie/-Planung braucht es Fachleute mit fundiertem Wissen über die Mediaszene, die Werbewirkung der einzelnen Mediagattungen (allein/im Mix, international/national/überregional/regional/lokal/saisonal).

- Ausgangslage
- Produkt / Produktpositionierung
- Marktsituation
- Konkurrenzsituation
- Distribution
- Budget
- Werbemittel
- Below-the-Line-Massnahmen
- Werbegebiet(e)
- Werbezeitraum
- Zielsetzungen (quantitativ / qualitativ)
- Zielgruppen-Definitionen (psychologisch / soziodemografisch)

Es müssen kompetente Gesprächspartner für Marketing-Kommunikation sein.