

Unternehmensbriefing Neukunden

Sie können direkt im pdf arbeiten. Einfach auf die felder gehen.

A. Hintergrundinformationen

Angaben Unternehmen/Privatperson

Unternehmen
Ansprechpartner

Straße
PLZ, Ort

Telefon
Mobil
E-Mail
Website

B. Unternehmensbeschreibung

1. Wer sind wir? – Was machen wir?

2. Wo liegen unsere Stärken/Schwächen?

3. Beschreibung der Wettbewerbssituation

4. Gibt es keine oder direkte Konkurrenz?

5. Welche Wettbewerber stehen im direkten Vergleich?

T +49 (0) 9101 4019550
E info@workingcube.de
W www.workingcube.de

workingcube
Nürnberger Straße 46
90579 Langenzenn



5
-
8

3. Wie gesund ist die Marke?

4. Wie soll ihre Zukunft aussehen?

F. Strategie

Kommunikationsziele

Sind die Ziele klar definiert, wird eine Copy-Strategie entwickelt

Was ist das Ziel der Kommunikationsmaßnahme, was soll die Werbung leisten (z.B. Sachinformation, Bekanntmachung des Unternehmens oder eines Produktes, Aufmerksamkeit, Imagegewinn, Absatzsteigerung, Kundenbindung)?

Was soll die Zielgruppe denken und fühlen, wenn sie Werbung wahrnimmt

Welche Botschaft soll die Zielgruppe lernen? Welche Gedanken sollen kommuniziert werden?

Copy-Strategie

Consumer Benefit/USP Da der versprochene Nutzen mit vielen anderen Erwartungen konkurriert, muss ein ganz besonderer Nutzen (Consumer Benefit) herausgearbeitet werden, der das Produkt bzw. die Dienstleistung aus der Masse gleichartiger Angebote im Wettbewerb hervorhebt, d.h. positioniert. Die Herausstellung des Consumer Benefits allein reicht jedoch nicht aus, um die Aufmerksamkeit des Konsumenten zu wecken. Der USP (Unique Selling Proposition) hebt daher einen einzigartigen Verkaufsvorteil als Alleinstellung im Markt hervor.

Wie soll die zentrale Werbeaussage lauten bzw. welches Produktversprechen soll und kann herausgestellt werden?

Reason why

Die Begründung, am besten gar der Beweis des Consumer Benefits soll den Konsumenten in seiner Entscheidung bestärken und ihm bestätigen, dass er beim Kauf eines bestimmten Produktes rational richtig handeln wird. Der Reason why liefert den Grund für diese Bestätigung.

Wie kann die Aussage bzw. das Versprechen des Consumer Benefits stichhaltig begründet werden?