



Das perfekte Briefing – Ein Beispiel

1. **Welches Problem möchten wir lösen?**

In einem Online-Shop können die User ihre Schuhe nicht anprobieren.

2. **Wer ist die Zielgruppe?**

Offen für Neues, Online-affin, 18-35, weiblich, Smartphone-Besitzer

3. **Was wissen wir über unsere Kunden? Welche tiefen Erkenntnisse haben wir von unserer Zielgruppe?**

Sie würden lieber für eine App oder Tools zahlen, als zum nächsten „echten“ Geschäft zu laufen.

4. **Was soll die Zielgruppe denken, wie soll sie handeln?**

„Wow, wie praktisch und neu! Endlich muss ich nicht mehr ins Geschäft. Nur wegen diesem Tool kaufe ich jetzt immer wieder hier meine Schuhe.“

5. **Was ist der überraschende, einzigartige Gedanke, der die Zielgruppe veranlasst so zu denken oder zu handeln?**

Das hier ist anders als ein normaler Online-Shop. Hier kann ich die Ware VOR dem Kauf testen.

6. **Wie messen wir den Erfolg der Kommunikation?**

Verkauf von Schuhen im Online-Shop.

7. **Welche Maßnahmen sollen geliefert werden?**

Idee und Konzeption einer App.



8. Wieviel Budget haben wir für Mediaplatzierungen und Produktion?

50.000 Euro

9. Wie soll die Kommunikation sein?

Jung, frech, neu, laut

10. Wie ist das Timing?

4 Monate ab jetzt

11. Gedankliche Sprungbretter für Ideen / Inspiration

Schuh-Scanner-App vgl. Deichmann, Socke mit Sensoren, etc...