

Die Briefing-Checkliste für Events

— EDITED BY SERVICE FACTORY.

WER – „Wer bin ich und wenn ja: wie viele?“

Unser Unternehmen

- Abteilung
- Ansprechpartner
- Kontaktdaten
- Firmierung
- Hintergrundinformationen zum Auftraggeber
- Anzahl Mitarbeiter, Umsatz, Standorte, Firmenstruktur, Vertriebsstruktur, Historie
- Unternehmenskultur, CI, Leitbild, CD
- Strategische Unternehmens- und Marketingziele
- Angebotsportfolio, Beschreibung von Produkten, Dienstleistungen, Marken, Preisstruktur, Bedeutung für den Unternehmenserfolg
- Kundenstruktur
- Marktsituation, Marktpositionierung, Produktpositionierung, geografische Verbreitung, Marktentwicklung, Chancen und Risiken des Marktes
- Wettbewerbssituation, Wettbewerber, vergleichbare Maßnahmen von Wettbewerbern



Die Briefing-Checkliste für Events

— EDITED BY SERVICE FACTORY.

WAS, WANN, WO – „Da sind wir uns ausnahmsweise einig.“

Aufgabenstellung und Eckdaten

- Konkrete Aufgabenstellung, Problembeschreibung
- Anlass
- Art der Veranstaltung
(Abendveranstaltung, Seminar, Symposium, Tagung, Konferenz, Messe, Incentive, Ausstellung, Kick-off-Meeting, Produkt-Launch, Einweihung, Promotion-Veranstaltung, Outdoor-Veranstaltung)
- Datum, Zeitraum
(Einzelveranstaltung, Veranstaltungsreihe, eintägig, mehrtägig)
- Location, Destination
(Stadt, am Flughafen, auf dem Land, am Meer, am See, in den Bergen)
- Teilnehmer
- Titel, Motto
- Bereits realisierte, ähnliche Events, Erfolg der bisherigen Maßnahmen



Die Briefing-Checkliste für Events

— EDITED BY SERVICE FACTORY.

WARUM – „Weiß das hier jemand?“

Unsere Ziele

- Informationsziele
(Wissen, Weiterbildung, Bekanntheitssteigerung)
- Imageziele
(Imageverbesserung, Einstellungsänderung)
- Motivationale Ziele
(Kundenbindung, Motivation, Promotion, Teambuilding, Networking)
- Handlungsziele
(Promotion, Vertriebsziele, Unterlassungs-/Aktivierungsziele)
- Beschreibung der genauen Ausprägung der Ziele
- Gewünschte Dokumentation des Events (Fotos, Video, Microsite)
- Maßnahmen zur Erfolgskontrolle



Die Briefing-Checkliste für Events

— EDITED BY SERVICE FACTORY.

FÜR WEN – „Egal wer – Hauptsache viele!“

Unsere Zielgruppe

- Präzise Definition der Zielgruppe
- Interne Zielgruppen
(Mitarbeiter aus Abteilung...)
- Externe Zielgruppen
(Kunden, Neukunden, potentielle Kunden, Dienstleister, Partner, Lieferanten, Händler, Journalisten)
- B2B-Zielgruppen
(Branche, Firmengröße, Funktion des Ansprechpartners)
- B2C-Zielgruppen
(Alter, Nationalität, Familienstand, mit/ohne Kinder, Bildung, Einkommen, Kaufkraft, Kaufverhalten, psychografische Merkmale, Konfession)
- Regionales Einzugsgebiet
- Weitere eventrelevante Zielgruppen-Eigenschaften
(Vegetarier, Jugendliche, Behinderte, Senioren)
- Erwartete Teilnehmerzahl
- Erkenntnisse aus vorangegangenen Events für die gleiche Zielgruppe



Die Briefing-Checkliste für Events

— EDITED BY SERVICE FACTORY.

WIE – „Eigentlich weiß ich schon, was ich will...“

Unsere Vorgaben zu Kommunikationsstrategie und Ausgestaltung

- Integration in bestehende Kommunikationsmaßnahmen
(CD-Richtlinien, aktuelle Werbekampagne, Website, CRM-Maßnahmen, weitere Events)
- Kernbotschaften
- Bilderwelten
- Programmwünsche
(Künstler, Redner, Protagonisten, Technik, Programmpunkte, Themenvorgaben)
- Vorgaben für die begleitende Kommunikation vor, während und nach dem Event
(Pressearbeit, Mailings, Microsites, Social Media Promotion, Live-Streaming)
- Vorgaben für Hoteltyp
(Sterne, Ausstattung, Zimmertyp, Designhotel, Tagungshotel, Schlosshotel, Kloster, Seminarzentrum, Landhotel, Stadthotel)
- Vorgaben für Locationtyp
(Exklusivität, räumliche Vorgaben, Ausstattung, Breakout-Räume, Bestuhlung)
- Vorgaben für Catering
(Location, Begrüßungscocktail, Mittagessen, Kaffeepausen, Abendessen, Frühstück, Mitternachtssnack)
- Vorgaben für ein Rahmenprogramm
- Vorgaben für das Teilnehmer-Management
- Vorgaben für die Reiseorganisation
(Verkehrsmittel, Abreise-/Anreise-Punkte, Reisedauer, Kostenbeschränkungen)
- Einbindung von Sponsoren oder Projektpartner



Die Briefing-Checkliste für Events

— EDITED BY SERVICE FACTORY.

WIE VIEL – „Wie jetzt: Ihr wollt dafür Geld?“

Unser Budget

- Gesamtbudget
- Budget-Struktur
- Zahlungsbedingungen
- Reisekostenrichtlinien



Die Briefing-Checkliste für Events

— EDITED BY SERVICE FACTORY.

WAS SONST – „Alles muss man selber machen lassen.“

Organisation, Rollen und Verantwortung

- Zeitplan, Termine, Meilensteine des Projektes
(Präsentationstermine, Rebriefing-Termine, Freigabe, Kick-off des Projektes, Beauftragung externer Dienstleister, „Point of no Return“, Veranstaltung, Nachbereitung, Abschluss)
- Aufgabenverteilung
(Aufgaben der Agentur, Aufgaben des Kunden)
- Interne Ansprechpartner
(Verantwortungsbereich, Kontaktdaten)
- Externe Ansprechpartner
(Verantwortungsbereich, Kontaktdaten)
- Restriktionen
(z.B. Mindestlohn, ISO-Zertifizierung, Sicherheitsvorschriften)
- Geheimhaltungsvereinbarung

