

Damit Ihre Webseite richtig gut wird – das Briefing

Bei der Erstellung einer Webseite sollte man nicht ausschließlich Technik und die mediengerechte Ausgestaltung im Auge behalten. Die Unternehmenswebseite ist auch Werbeträger und fast alle Unternehmer versprechen sich berechtigterweise von einer Webseite eine – wie auch immer geartete – gewinnbringende Resonanz.

Als zukünftiger Kunde einer Webdesign- oder Internetagentur tragen Sie wesentlich zum Erfolg Ihrer Investition bei, wenn Sie die Agentur Ihrer Wahl richtig **"briefen"** und vor Auftragsvergabe die wichtigsten Eckdaten klar formulieren.

Das Briefing ist vor allen Dingen dann eine gute Grundlage, wenn Sie in Eigenregie voneinander unabhängige Dienstleister wie Internetagenturen, Texter und/oder Grafiker beauftragen möchten. Es ist der rote Faden, an den sich alle, die an Ihrem Auftritt in den Medien beteiligt sind, halten sollten. Je genauer Sie Ihre Anforderungen und Vorstellungen formulieren, desto größer ist die Wahrscheinlichkeit, dass Ihr Profil durch alle Medien hindurch als einheitliches Ganzes wahrgenommen werden kann.

Manche Fragen sind sicherlich nicht ganz einfach zu beantworten. Eine gute Agentur wird Ihnen jedoch behilflich sein und Ihnen in einem persönlichen Gespräch weitere Hinweise und Hilfestellungen geben.

Beginnen wir mit allgemeinen Daten:

- Wie groß ist Ihr Unternehmen?
- Seit wann gibt es Ihre Unternehmen?
- Wie viele Mitarbeiter haben Sie?
- Wie viele Abteilungen gibt es?
- In welcher Branche sind Sie tätig?

Was möchten Sie mit einer Webseite erreichen?

Was sind Ihre Marketing-Ziele?

- Produkte verkaufen (shop)?
- Dienstleistungen anbieten / über Dienstleistungen informieren?
- Bereitstellung von Informationen um die Kosten für Print zu senken?
- das Image/Profil stärken?
- Anfragen für den Vertrieb generieren?
- Neue Zielgruppen hinzugewinnen?
- Neue Produkte einführen?

An wen richtet sich Ihr Angebot?

- B2B Business to Business, gewerbliche Kunden
- B2C Business to Customer, Private Endverbraucher
- Fachhändler

Wer sind Ihre Hauptkonkurrenten?

Mit welchem Mitteln möchten Sie kommunikativ tätig werden/informieren?

- Viele Bilder und Produktinformationen?
- FAQ Service?
- Abgeschlossener Kundenlogin Bereich?
- Weblog und wenn ja zu welchen Themen?
- News und wenn ja zu welchen Themen?
- Glossar?
- PDF Downloads?
- Anfrageformulare?
- Werbetexte?
- Möchten Sie Ihre Webseite mehrsprachig betreiben?

Gibt es einen Slogan oder ein Motto?

Unser Slogan lautet

Gibt es ein Logo?

- Ja, es soll übernommen werden.
- Ja, aber es soll überarbeitet werden.
- Nein, es soll ein Logo erstellt werden.

Gibt es Informationsbroschüren?

Ja Nein

Gibt es im Netz Webseiten, die Ihnen besonders gut gefallen haben?

Und nun die wohl zwei schwierigsten Fragen:

1. Hat Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung ein Alleinstellungsmerkmal oder einen einzigartigen Anspruch?
Was macht Ihr Angebot besser als das Ihrer Konkurrenten?
Wo sehen Sie Möglichkeiten besser zu sein?

2. Beschreiben Sie Ihre Zielgruppe.

Lesenswerte Informationen zum Thema Zielgruppen finden Sie z.B. hier:

- <http://www.sociovision.de/loesungen/sinus-milieus.html>
- <http://www.sevenonemedia.de/research/zielgruppen/semiometrie/>
- <http://tinyurl.com/l4dt4e>
