
Projekt:

Ansprechpartner:

Datum:

Hinweis: Um unsere Klienten optimal beraten, sowie um Projekte sorgfältig planen und kalkulieren zu können, benötigen wir als auch in Marketing- und Strategiefragen denkendes Designbüro einige Angaben zum unternehmerischen Umfeld der geplanten Massnahme(n). Dies geschieht idealerweise im Rahmen eines persönlichen Gesprächs oder in unternehmensinternen Workshops, wo auch bereits unsere Beratungskompetenz einfließen kann. Sofern sinnvoll und vom Klienten gewünscht, kann der in drei – über www.buschfeld.com abrufbare– Teile gegliederte Fragekatalog jedoch bereits zur besseren Vorbereitung eines solchen Briefing- oder Kennenlerngesprächs eingesetzt werden. Die Zusammenstellung der Fragen entspricht dem bei kleineren bis mittelgrossen Projekten üblicherweise benötigten Informationsbedarf. Sie ist nicht auf spezielle Branchen, sondern auf allgemeine unternehmerische Belange zugeschnitten. In Folge dessen sind einzelne Fragestellungen für andere Organisationsformen, kulturelle oder nicht-kommerzielle Institutionen eventuell nur begrenzt anwend- und übertragbar. Sollten sich bei der, nicht durch den persönlichen Kontakt begleiteten, Bearbeitung Fragen ergeben, nehmen Sie bitte unter 030-259229-63 oder via mail@buschfeld.com Kontakt zu uns auf. Wir helfen gerne weiter oder vereinbaren einen unverbindlichen Termin.

Rechtsnachweis: Bitte haben Sie Verständnis, dass eine gewerbsmäßige, nicht zum Zwecke der Informationsangabe an uns erfolgende, Weiterverwendung der hier präsentierte Inhalte – auch auszugsweise – aus Urheberrechtsgründen nicht gestattet ist. Alle uns durch Sie übermittelten Inhalte werden selbstverständlich vertraulich und entsprechend den geltenden Datenschutzrichtlinien behandelt.

Was ist die geschäftliche Basis Ihres Unternehmens?

Branche

Spezialisierung innerhalb Branche

Markt-Position innerhalb Spezialisierung oder Branche

Alleinstellungsmerkmale und Vorteile im Vergleich zu Wettbewerbern (in Prioritäten-Reihenfolge)

-

-

-

Mitarbeiterzahl des Unternehmens

Gesellschaftsform des Unternehmens

Absatz- und Vertriebsweg des Unternehmens

In Marketingfragen verantwortliche Mitarbeiter

-

-

Wie präsentiert sich Ihre Firma bislang?

Bereits vorhandener Medieneinsatz

Kurzfristig geplanter Medieneinsatz

Mittelfristig geplanter Medieneinsatz

Bereits eingesetzte Werbe-Massnahmen

Wichtigste Kontakt- und Akquisemedien

Was soll mit der/den geplante(n) Massnahme(n) erreicht werden?

Anlass für die geplante(n) Massnahme(n)

-

-

-

Kommunikative Ziele

Wirtschaftliche Ziele

Arbeitsökonomische Ziele

In welcher Phase soll(en) geplante(n) Massnahme(n) wirken? (in %Bedeutung)

Beim ersten Kontakt zum Kunden (z.B. Akquise, Auslagen, Internet)

Beim Nachfassen zum ersten Kontakt (z.B. Handout, Anschreiben, Broschüren)

Bei Vertiefung bestehender Kundenbeziehungen (z.B. Folgeaufträge, Wartungsverträge)

Bei Weiterempfehlung an Dritte (z.B. Empfehlungen intern und extern)

Wer bildet die Zielgruppe Ihres Unternehmens?

Welche Gruppen sind Hauptabnehmer und -Interessenten für Produkt oder Dienstleistung (in % Bedeutung)

-

-

-

Infos zu Ansprechpartnern im Geschäftskunden-Geschäft, z.B. Abteilung, Position, Zuständigkeit

-

-

Infos zu Ansprechpartnern im Privatkunden-Geschäft, z.B. Alter, Finanzstärke, Schulbildung

-

-

Welche Merkmale bestimmen die Entscheidung für oder gegen Ihr Unternehmen?

Die wichtigste Teil-Zielgruppe (s.o.) will/erwartet

-

-

-

Die zweitwichtigste Teil-Zielgruppe (s.o.) will/erwartet

-

-

-

Die drittwichtigste Teil-Zielgruppe (s.o.) will/erwartet

-

-

-

Wie ordnen Sie Ihr Unternehmen/Produkt/Dienstleistung selbst ein?

	sehr	mehr	eher	gleich	eher	mehr	sehr	
produktorientiert	3	2	1	0	1	2	3	serviceorientiert
traditionsorientiert	3	2	1	0	1	2	3	zukunftsorientiert
sicherheitsorientiert	3	2	1	0	1	2	3	risikofreudig
konservativ	3	2	1	0	1	2	3	kreativ
rational	3	2	1	0	1	2	3	emotional
vielseitig	3	2	1	0	1	2	3	spezialisiert
bodenständig	3	2	1	0	1	2	3	unkonventionell
gefällig	3	2	1	0	1	2	3	eigensinnig
zeitlos/klassisch	3	2	1	0	1	2	3	zeitgeistig/modisch
zurückhaltend	3	2	1	0	1	2	3	kommunikativ direkt
nüchtern/sachlich	3	2	1	0	1	2	3	offensiv/werblich
renommiert	3	2	1	0	1	2	3	unterschätzt
unverzichtbar	3	2	1	0	1	2	3	luxuriös

Welche sonstigen Merkmale erscheinen Ihnen wichtig?

-

-

-

-

-

-

**Welche Infos haben Sie darüber, wie Ihr Unternehmen von aussen wahrgenommen wird?
(z.B. Marktforschung, Fallstudien, gezielte Befragungen, freiwilliger Rücklauf, Internet-Logfiles o.ä.)**

-

-

-

-

-

-

-

-

Wie schätzen Sie die Bewertungskriterien der Zielgruppe Ihres Unternehmens ein?

Für welche Eigenschaften wird Ihr Unternehmen am meisten geschätzt

-

-

-

Welche Eigenschaften Ihres Unternehmens werden zuwenig wahrgenommen

-

-

-

Was sehen Sie als die grössten Schwachpunkte Ihres Unternehmens

-

-

-

-