

Checkliste: Agentur-Briefing für ein Website-Projekt

<p>Das Unternehmen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tätigkeit / Angebot • Kernkompetenzen, Differenzierung, USP • Kennzahlen (Umsatz, Mitarbeitende) • aktuelle Herausforderungen • Struktur (z.B. Abteilungen, Tochtergesellschaften, Organigramm) 	<p>Der Markt</p> <ul style="list-style-type: none"> • Zielgruppen • Position im Markt, relevante Mitbewerber • Chancen und Gefahren des Marktes • Länder/Regionen • relevante Branchen-Plattformen, Medien 	<p>Die Marketing-Kommunikation</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kommunikationsstrategie • Digitalstrategie • aktuelle/geplante Offline-Massnahmen • aktuelle/geplante Online-Massnahmen (andere Websites, Social Media, Apps, Kampagnen)
<p>Die IT-Umgebung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Technologie-Vorgaben • existierende Systeme/Software • für Website relevante Umsysteme und Schnittstellen • Hosting 	<p>Das Projekt</p> <ul style="list-style-type: none"> • konkreter Auftrag, Leistungsumfang • Ziele & KPI (qualitativ & quantitativ) • Anforderungen im Detail • Sprachen & Länder • Erwartungen an die Agentur, Kriterien bei der Agenturauswahl 	<p>Die Projektorganisation</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hauptansprechpartner • Entscheider • weitere Personen/Rollen • Arbeitsteilung Agentur/Kunde • Kanäle/Plattformen für Kommunikation und Kollaboration im Projekt • Anzahl angefragte Agenturen (welche?)
<p>Vorgaben & Material</p> <ul style="list-style-type: none"> • CI/CD inkl. Bildwelt • existierender Content (Text, Bild, Video, Dokumente) • Geschäftsbericht, Kunden-/Mitarbeiter-Zeitschrift, Broschüren 	<p>Zeit & Geld</p> <ul style="list-style-type: none"> • Roadmap/Milestones • wichtige Termine (z.B. Generalversammlung, Messen) • Budget 	<p>Nächste Schritte</p> <ul style="list-style-type: none"> • ausstehende Materialien • ausstehende Abklärungen und Entscheidungen • Datum für Angebot/Pitch-Präsentation • Dauer bis Projektvergabe