**KREATIVE BRIEFVORLAGE FÜR GEMEINNÜTZIGE ORGANISATIONEN **

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **KUNDE** |  |  |
|  |   |   |
| **PROJEKTNAME** |  |  |
|  |   |   |
| **MARKE** |  | **PRODUKT** |
|  |  |  |
| *Name des ClientkontaktsTelefonnummerE-Mail-AdresseMailing-Adresszeile 1Mailing-Adresszeile 2Mailing-Adresszeile 3* |  | *Name ihres FirmenkontaktsTelefonnummerE-Mail-AdresseMailing-Adresszeile 1Mailing-Adresszeile 2Mailing-Adresszeile 3* |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **DATUM** |  | **VERFASSER** |
|  |  |  |

PROJEKT |  |  |
| **ZWECK | Why*?*** |
|   |
| **| *Ultimate Wirkung?*** |
|   |
| **WIRTSCHAFTLICHE / SOZIALE FRAGE** |
|   |
|  |  |  |
| ZIEL UND HERAUSFORDERUNGEN |
| **CALL TO ACTION | *Was soll das Projekt erreichen?*** |
|   |

|  |
| --- |
| AKTUELLE MARKEN-/KAMPAGNENANALYSE |
| **POSITIVE ASPEKTE | *Was funktioniert und warum?*** |
|   |
| **NEGATIVE ASPEKTE | *Was funktioniert nicht und warum nicht?*** |
|  |
|  |  |  |
| KREATIVE / DESIGNELEMENTE |
| ***Was sind die grundlegenden kreativen /gestalterischen Komponenten des Projekts?*** ***(d.h. Styleguides, Look and Feel, spezifische Druckstücke)?*** |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |  |
| ZIELGRUPPE |
| **PROJEKTZIEL-| *Who versuchen wir zu erreichen?*** |
|   |
| **BRAND TARGET | *Wo spricht die Marke an?*** |
|   |
| **GEWÜNSCHTE REAKTION | *Welche Maßnahmen soll Ihr Markt ergreifen?*** |
|   |

|  |
| --- |
| EINSTELLUNG |
| **| *Welche Eigenschaften versuchen wir zu vermitteln?*** |
|   |
| **MARKENPERSÖNLICHKEIT | *Welche Eigenschaften definieren die Marke?*** |
|   |
|  |  |  |
| WETTBEWERBSANALYSE |
| **REFERENZEN | *Forschung, Inspiration und Stile in ähnlichen Branchen und anderen*** |
|   |
| **DAS TAKEAWAY-| *Was ist die Schlüsselidee, an die man sich erinnern sollte?*** |
|  |
| **TAGLINE-| *vorbereitete Kopie, Schlüsselwörter oder Thema*** |
|  |
|  |  |  |
| MEDIENSTRATEGIE UND IMAGEANFORDERUNGEN |
| **MARKETING-RICHTLINIEN** |
|   |
| **MARKETINGMATERIALIEN** |
|   |
| **GRAPHIK** |
|   |
| **FOTOGRAFIE** |
|   |
| **MULTIMEDIA** |
|   |
|  |  |  |
| ZEITPLAN |
| **PROJIZIERTER ZEITPLAN** |
|   |
| **WICHTIGE TERMINE / FRISTEN** |
|   |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |

|  |
| --- |
| BUDGET |
| **MENGE** |
|   |
| **FINANZIERUNGSQUELLEN** |
|   |
| **ZUSÄTZLICHE FINANZPROGNOSEN / ANMERKUNGEN** |
|   |
|  |  |  |
| AUßERDEM |
| ***Fügen Sie alle zusätzlichen kritischen Informationen hinzu.*** |
|   |
|  |  |  |
| KOMMENTARE UND ZUSTIMMUNG |
| **KOMMENTARE** |
|   |
| **DATUM** | **UNTERSCHRIFT** |
|   |   |

**VERZICHTSERKLÄRUNG**

Alle Artikel, Vorlagen oder Informationen, die von Smartsheet auf der Website bereitgestellt werden, dienen nur als Referenz. Obwohl wir uns bemühen, die Informationen auf dem neuesten Stand und korrekt zu halten, geben wir keine Zusicherungen oder Gewährleistungen jeglicher Art, weder ausdrücklich noch stillschweigend, über die Vollständigkeit, Genauigkeit, Zuverlässigkeit, Eignung oder Verfügbarkeit in Bezug auf die Website oder die auf der Website enthaltenen Informationen, Artikel, Vorlagen oder zugehörigen Grafiken. Jegliches Vertrauen, das Sie auf solche Informationen setzen, erfolgt daher ausschließlich auf Ihr eigenes Risiko.