

Agenturbriefing

Auftrag zur Ausarbeitung eines PR-Programms mit Terminplan und Richtbudget

1	Unter welcher Bezeichnung soll das beabsichtigte PR-Programm laufen?	
1	Wer ist Auftraggeber/Ansprechperson für die PR-Agentur? Abteilung: Vorname/Name, Funktion: Telefon: E-Mail:	
3	Welche weiteren internen Stellen sollen bei der Planung/Realisation des PR-Programms involviert werden?	
4	Welche Marke/welches Produkt soll mit dem PR-Programm unterstützt werden?	
5	Was gibt Anlass zur Initiierung eines speziellen PR-Programms?	
6	Welche Rolle kommt dem beabsichtigten PR-Programm im Rahmen des Marketingmix (Werbung, Verkaufsförderung, Sponsoring, Event Marketing, PR) zu?	
7	Welches (messbare) Ziel wollen Sie mit dem PR-Programm erreichen?	

Agenturbriefing

8	Welche Anspruchsgruppen wollen Sie mit dem PR-Programm ansprechen? (in der Reihenfolge der Priorität aufführen)	1 2 3 4 5 6
9	Welche Kernbotschaft soll durch das PR-Programm verankert werden?	
10	Welche entscheidenden Termine (z.B. Lancierung) sind bei der Planung des PR-Programms zwingend zu berücksichtigen?	
11	Über welche Zeitperiode soll das PR-Programm laufen?	
12	Wieviel PR-Budget (Agenturleistungen, Dritteleistungen, Spesen) steht für die vorerwähnte Zeitperiode insgesamt zur Verfügung?	AL: DL: Spesen:
13	Mit welchen Eigenleistungen kann die Mandantin zum beabsichtigten PR-Programm beitragen?	
14	Läuft parallel zum beabsichtigten PR-Programm eine Werbekampagne in gleicher Sache? Wenn ja, in welchen Medien? (Schaltplan bitte beilegen)	
15	Ist das PR-Programm mit der beauftragten Werbeagentur abzustimmen? Wenn ja, mit welcher?	
16	Welche Informationen können Sie der Agentur zur Verfügung stellen? (bitte beilegen)	() Positioning Statement () Anzeigentext () Studien ()
17	Ist Bildmaterial, das sich für die Medienarbeit eignet, bereits vorhanden? (bitte beilegen)	

Agenturbriefing

18	Gibt es im Zusammenhang mit dem beabsichtigten PR-Programm heikle Issues, die zu beachten sind? Wenn ja, welche?	
19	Gibt es einzelne Journalisten, die Ihnen besonders wohlgesonnen sind und deshalb bevorzugt mit Informationen zu bedienen sind?	Name: Vorname: Medium: Adresse:
20	Welche PR-Massnahmen sollen zwingend im PR-Programm Eingang finden?	
21	In welchem geografischen Raum der Schweiz soll der Schwerpunkt des PR-Programms gelegt werden?	<input type="checkbox"/> Schwerpunkt in der Deutschschweiz <input type="checkbox"/> Schwerpunkt in der Westschweiz <input type="checkbox"/> Schwerpunkt im Tessin <input type="checkbox"/> kein bevorzugter Raum
22	Welcher geografische Raum der Schweiz soll mit zweiter Priorität einbezogen werden?	<input type="checkbox"/> Deutschschweiz <input type="checkbox"/> Westschweiz <input type="checkbox"/> Tessin
23	Welcher geografische Raum der Schweiz kann vernachlässigt werden?	<input type="checkbox"/> Deutschschweiz <input type="checkbox"/> Westschweiz <input type="checkbox"/> Tessin
24	Bis wann erwarten Sie von der Leadagentur einen PR-Programm-Vorschlag mit Terminplan und Richtbudget?	
Datum:		Unterschrift: