

Briefing – Checkliste

FIRMA

Firmenname:
Ansprechpartner:
Straße:
PLZ, Ort:
Tel.:
Fax:
E-Mail:

ART DES EVENTS

Konferenz Party Messe-Event Konzert Tagung
 Incentive Seminar Roadshow Kick-off Händler-Event
 Fest Charity Tag der offenen Tür

MOTTO

Key Visual:
Botschaft:
Integration in die Unternehmenskommunikation:

ZIELE DES EVENTS / ZIELGRUPPE

Hauptziele:
 Bekanntheit Produktvorstellung Kundenbindung
 Image Neukundengewinnung Händlermotivation
 Umsatzerhöhung Kontaktpflege Mitarbeitermotivation
 Aktivieren der Zielgruppe

Nebenziele:

Gewinnorientierung/-absicht:

Anteil Männer/ Frauen:

Alter:

Nationalität/ en:

Art/ Stil der Gäste:

externe/ interne Gäste:

Anzahl der Gäste:

Einzugsgebiet:

Unterbringung:

Anreise:

Einladung:

DATUM

Jahreszeit:

Wunsch-/ Ausweichtermin:

Uhrzeit, Dauer:

LOCATION

Ort (Land, Kreis, Stadt):

Indoor/ outdoor:

Erreichbarkeit (Flughafen, Bahn, Nahverkehr, Parkplätze):

Größe/ Kapazität:

Art der Location:

Ambiente der Location:

Technische Anforderungen:

MARKT / UNTERNEHMEN

Marktstellung (Umsatz, Historie, Größe etc.):

Bekanntheitsgrad:

Image:

Corporate Identity:

Corporate Design:

Vorangegangene Events:

PERSONAL

Reinigung Hostessen Sanitätsdienst Techniker

Catering-Service Security Fotograf

PROGRAMM

Bühne:

Effekttechnik:

Gewünschte Programmpunkte:

Rahmenprogramm:

Art des Catering:

SPONSOREN

Ja/ nein:

Partner/ Kontakte:

Umfang:

Schirmherrschaft:

VERANSTALTUNGSMARKETING

Art der Kommunikation, Werbung:

Medienkooperation:

Einsatz von Give-aways, Geschenken:

BUDGET

Gesamtbudget:

Teilbudgets:

Eintrittsgeld:

AUFGABEN DER AGENTUR

Konzeption Planung Durchführung Teilnehmermanagement

Mediengestaltung Werbung Projektleitung Location Recherche

FORM DER KONZEPTERSTELLUNG

Grobidee Grobkonzept Feinkonzeption