**Arbeitsvorlage Texter-Briefing**

**So erstellen Sie ein richtig gutes Texter-Briefing**

Damit Sie gute Ergebnisse von externen Texter:innen und anderen Content-Dienstleister:innen erhalten, sollten Sie möglichst vollständige Arbeitsanweisungen in einem sog. Briefing zusammenfassen. Diese Anweisungen, z.B. zur Erstellung von Inhalten, müssen aus mehr bestehen als nur einem Satz und einer Liste von Keywords. Vielmehr sollte das Briefing den Freischaffenden Ihre Content-Anforderungen so eindeutig wie möglich beschreiben. Damit das Ergebnis möglichst genau die gewünschte Botschaft vermittelt.

Durch Ihre detaillierten Beschreibungen z.B. Ihrer Markenrichtlinien, der gewünschten Ausdrucksweise oder der Zielsetzungen Ihrer Content-Projekte, erleichtern Sie Freelancern den Einstieg, beschleunigen Sie das Content-Projekt an sich und erhöhen die Wahrscheinlichkeit für einen gelungen, erfolgreichen Text oder anderen Content enorm.

Selbstverständlich können Sie diese Briefing-Vorlage so anpassen, wie es am besten zu Ihnen passt.

|  |
| --- |
| Gewünschte Textartz.B. Blog, Fachartikel, Social-Media Posting, Newsletter, Webseite, SEM-Kampagne, Firmenpräsentation, … |
|  |
| Details zu Ihrem UnternehmenWelche Dienstleitungen/ Produkte bieten Sie an? |
|  |
| Zielsetzungen/ConversionWas sind Ihre Ziele, Erwartungen und Vorstellungen in Bezug auf diesen Content? Welche Conversion soll mit diesem Content ausgelöst werden? |
|  |
| Zentrale AussageWas ist die Kernbotschaft des Artikels/Inhalts/Contents? |
|  |
| Keywords Welche (SEO-relevanten) Keywords sollen enthalten sein? Welche Keywords (maximal 4) beschreiben Ihre Geschäftstätigkeit am besten? |
|  |
| Webseite(n) / Landingpage(s) Fügen Sie bitte Links zu Ihrer Website und sonstige Hintergrund-informationen hinzu (Hauptseite: www. …, ggf. weitere Seiten/Landingpages, usw.) |
|   |
| Zielgruppe/-marktWer ist Ihre Zielgruppe? Auf welche geografische Region zielen Sie ab? |
|  |
| Recherchequellen für diesen ContentGgf. Links angeben, Suchbegriffe zur Google-Recherche, Experten-Namen zur Google-Recherche, usw. |
|  |
| Budget (geplant)Wie hoch ist Ihr Budget zur Durchführung dieses Content- Marketing-Projekts? |
|  |
| Marketing-/Sales-FunnelFür welche(n) Abschnitt(e) des Kunden-Lifecycles / des Marketing-Funnels möchten Sie Content-Marketing nutzen? |
| * Reichweite: Breites Publikum, um den Bekanntheitsgrad zu erhöhen und mehr Kunden und Kundinnen zu gewinnen
* Handlungsaufforderung: zum Handeln bewegen, z. B. anzurufen, Broschüre herunterladen, Newsletter zu abonnieren usw.
* Konvertieren: Erhöhung des Anteils Ihrer Leads, die zu Kunden und Kundinnen werden
* Kundenbindung: langfristige Kundenbindung, d. h. wiederholte Käufe, aktive Kunden und Kundinnen, Empfehlungen
 |
| WettbewerberWer sind Ihre Top 3/ Top 5 Wettbewerber? Wenn möglich, fügen Sie bitte Links zu deren Websites hinzu. |
| Wettbewerber 1:Wettbewerber 2:Wettbewerber 3:Wettbewerber 4:Wettbewerber 5: |
| Influencer:innen / Markenbotschafter:innenGibt es eine Person, die Ihr Unternehmen in Medien, bei Events oder in sozialen Netzwerken usw. öffentlich vertreten kann?Kann diese Person als offizieller Vertreter in Medien eingesetzt werden, um zum Beispiel live auf Instagram zu posten und öffentliche Aussagen im Namen des Unternehmens zu tätigen? |
| * **Nein**
* **Noch nicht,** aber wir können jemanden bestimmen
* **Ja**
 | Name:Funktion / Rolle Social Media Channels:  |
| Ideen, Einschränkungen, zu berücksichtigenWenn Sie bereits Ideen und/oder Einschränkungen für Content-Marketing haben, geben Sie diese bitte hier an: |
|  |
| Formale Anforderungen an den ContentNachfolgend ein paar Beispiele:  |
| * Gewünschte Textlänge: (z.B: ca. 1.500 – 2.000 Wörter oder Anzahl Zeichen mit/ohne Leerzeichen): \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
* Text sinnvoll und „Google-freundlich“ formulieren
* Überschriften von H1 bis H4 verwenden, ebenso Aufzählungen, Listen, u.ä. Formatierungen
* Wichtige Informationen mit der HTML-Formatierung „strong“ hervorheben.
* Usw.
 |
| Ausdrucksweise / Sprachstil / TonalitätWelchen Kommunikationsstil wünschen Sie sich? |
| * Den Leser selten direkt ansprechen und wenn, dann mit „Sie“ (Alternativ „Du“)
* Kurze, aktive Sätze verwenden
* Aussagekräftige Überschriften und Zwischenüberschriften
* Keine „Schachtelsätze“, d.h. keine langen Relativsätze o.ä.
* Vermeiden Sie Füllwörter (z.B. Überprüfung durch Wortliga Textanalyse: <https://wortliga.de/textanalyse/>)
* Usw.
 |
| Not To Do für Content Was sollte dieser Content unbedingt vermeiden? |
|  |
| Zeitrahmen und VerfügbarkeitWann soll das Projekt fertig sein? |
|  |
| Kontakt und KommunikationskanäleBitte geben Sie Ihre Kontakte und bevorzugten Kommunikationstools an (Zoom, Skype, WhatsApp usw.): |
| Name:Telefon:Mobil:E-Mail:Am liebsten per: Telefon Mobil E-Mail  Slack Teams Zoom |
| ErreichbarkeitWünschen Sie ein Gespräch, bevor mit der Arbeit am Projekt begonnen wird? Wann sind Sie am besten für Fragen erreichbar. |
|  |