

Das 1×1 des Audio-Marketings

Checkliste Briefing intern



Ihre eigene Vorbereitung auf das Briefing

Welche Ziele wollen Sie mit Ihrer Audio-Branding-Strategie erreichen?

Welche Zielgruppen werden genau an welchen kommunikativen Schnittstellen erreicht?
Was wissen Sie über diese? Was zeichnet sie aus?

Mit welchen Attributen würden Sie die Marke/Ihr Produkt/Ihre Dienstleistung/
Ihr Unternehmen beschreiben? Welche emotionalen Aussagen sind damit verbunden?

Welche Aspekte des multisensorischen Marketings treffen auf Ihre Marke/Produkt/
Dienstleistung zu? Haptik? Sensorik? Farben? Texturen? Düfte?

Liegen schriftliche Festlegungen zur Corporate Culture und Corporate Identity vor?
Nutzen Sie diese Unterlagen für den Briefingtermin.

Welche auditiven Elemente wurden bereits entwickelt? Denken Sie hier auch an
Radiospots, Werbung und die wichtigen Daily Touchpoints wie Telefonesysteme/
Sprachportale und Ihre Internetpräsenz.

Wie ist der Stand des Einsatzes dieser Elemente oder Module?

Welche Zeitrahmen sind vorgesehen? Gibt es einen bestimmten Anlass mit
Termin,
zu dem die Module umgesetzt sein müssen?
