

EEN BRIEFING

GRAVER
dan

een schop



5 vragen voor een aardige communicatiebriefing

Inleiding

"Hoe stel ik een goede briefing op voor een communicatiebureau?", dat is de hamvraag.

In het begin was er niets...

en dan komt de briefing.

Omdat elke klant een sterk antwoord verdient op zijn/haar communicatievraag nemen we met Afterfive graag de tijd om de perfecte briefing, ja, te brieven.

Ready? Hier zijn 5 vragen voor een schopscherpe briefing.



1. Wie ben ik als klant?

Begin met een voorstelling van jezelf én je organisatie.

Wat doe je precies? En waarom? Logisch, zou je denken, maar toch denkt niet iedereen eraan. Een essentiële stap voor een sterke briefing.

Maak duidelijk wie je bent én waar je (niet) voor staat. Breng de waarden en normen over. Geef een concreet voorbeeld of vertel een kort verhaal. Hoe beter het bureau de klant kent en begrijpt, hoe sterker het resultaat.

Uitsmijters

- Enthousiasme is aanstekelijk: spreek met vuur in je ogen.
- Speel je sterktes uit. Waar ben je echt goed in?
- Toon kwetsbaarheid. Als je iets niet begrijpt, mag je dat zeggen.



2. Wat wil ik precies?

'If you fail to prepare, you prepare to fail',

zei iemand slim... ooit.

En ze had gelijk. Zorg dat je goed voorbereid bent. Weet wat je wil én niet wil. Niets is lastiger dan achteraf beseffen dat je geen idee hebt van wat de opdrachtgever nu eigenlijk van je verwacht.

Stel dus concrete, zo meetbaar mogelijke doelstellingen op. In business talk: KPI's. Bijvoorbeeld: We hebben nu erg weinig bezoekers op onze website. Na deze campagne zouden we graag 15% stijging zien in de bezoeken per maand.

Met welke factoren houd je best rekening?

- Leg de vinger op de wonde. Wat loopt er momenteel fout? Een SWOT-analyse van je eigen bedrijf scheidt vaak veel duidelijkheid.
- Focus op wat jouw klant wil. Start vanuit een concrete doelgroepbeschrijving.
- Realistische en meetbare doelstellingen zijn belangrijk. Wanneer is de campagne een succes? Hoeveel nieuwe volgers wil je? Hoeveel aankopen?



3. Wanneer wil ik het?

DEADLINES

DEADLINES

DEADLINES!

Het klinkt bijna dictatoriaal, maar de waarheid is dat deadlines projecten naar betere resultaten brengen. Ook tussentijdse deadlines of 'milestones' zorgen voor meer kwaliteit op het einde. Crosscheck die planning, tijger.

Met wat hou je best rekening?

- Afterfive staat klaar om jou te helpen. Bel ons gerust.
- Laat ons erin vliegen in een van de twee periodes. Telkens 7 weken een eerste keer in februari, een tweede keer in april.
- Touch base. Plan op regelmatige basis tussentijdse gesprekken met Afterfive. Op die manier brengen we snelheid in het project.



4. Hoeveel wil ik betalen?

"Money, money, money. Always sunny...

in a rich man's world."

Als opdrachtgever van AfterFive betaal je een vaste som. Voor 38 werkuren betaal je ongeveer 250 euro. Meer kan ook. Maarrr... met Afterfive doen we alles in overleg, zodat je niet voor verrassingen komt staan.

Event

Wil je een event? Dan stellen we samen een budget op, ook met de mogelijke extra kosten. Je maakt best op voorhand een schatting van deze kosten zodat we een realistisch budget voor ogen houden.

Website

Ook bij het maken van een website zijn er soms extra kosten. Denk bijvoorbeeld aan de registratie van je domeinnaam. Gelukkig is dit geen gigantisch bedrag.

Online marketing

Verder zijn er bij SEA en social advertising ook extra budgetten nodig. Het komt er op neer dat de uitgaven gaan naar de tools die online reclame maken.



5. Hoe maak ik indruk?

Indruk maken op een groep studenten is niet gemakkelijk.* De jonge wolven verwachten soms veel. Daarom enkele tips voor wanneer je een briefing geeft.

Be yourself.

Start bij jezelf. Wees wie je bent. Wij houden enorm van authenticiteit. Als jij aantoont dat je een vakheld bent, kun je deze groep voor alles warm maken.

Make a point, and an inspiring powerpoint.

Een krachtig wapen van overtuiging is een presentatie. 94% geeft aan dat een briefing met presentatie aangenamer is. Dit hoeft uiteraard geen monster van een bestand te zijn. Gewoon enkele ondersteunende slides. Liefst visueel!

Work with what you've got!

Leg de nadruk op je sterktes. Als je bedrijf bijvoorbeeld vrij creatief is, laat dit dan blijken in je presentatie. Is schrijven meer je ding? Wees dan origineel in je copy. Het maakt iets los bij ons. Het inspireert.

* Snoepjes en dinosauruskoeken (met pure chocolade.) vallen altijd in de smaak.



Overzicht

Het overzicht maken? Dat kan met onderstaande kaders. Vul deze zo goed mogelijk in. Zo heb je een goede basis waar je altijd op kan terugvallen.

Wie ben ik? Wie is mijn bedrijf? Wat doen wij?

Wie is je ideale klant?

Wat is je doelstelling? Wees zo concreet mogelijk.



Vervolg overzicht

Timing? Zet deadlines.

Wat zijn de barrières of problemen van uw bedrijf?

Uitkomst. Wat wil ik echt bereiken?

Wat komt er in het budget? Hoeveel is dit?



Q&A

Maarrrrrr! Het allerbelangrijkste van een briefing bij Afterfive is...
tromgeroffel ... Het vragenrondje!

oorverdovend applaus, vrouw valt gillend flauw

Elke briefing eindigt met een Q&A. De studenten stellen vragen als een lopend vuur om tot de kern van je briefing te komen. Wees dus voorbereid op enkele pittige vragen. We hebben hier niets liever dan wat gepingpong tussen opdrachtgever en bureau.

In terms of asking questions,

I ask a hell of a lot of questions

I plead guilty.

That's my job.

Stel ons vragen! Als je ergens vast zit, shoot. We zijn er voor je. Je mag ook op je twee oren slapen, want met al deze tips heb je zeker een briefing om over op te scheppen.

Tot binnenkort!

