

# BRIEFING FÜR DIE TEXTERSTELLUNG

## 1. Allgemeine Informationen zum Auftrag

Name des Unternehmens/der Marke

Gibt es bereits Texte über Dich und Deine Arbeit?

Ja  (bitte beifügen bzw. verlinken) Nein

## 2. Ist-Situation

Beschreibe Dein Angebot

Wie unterscheidet sich Dein Angebot von den Wettbewerbern?

Wie unterscheidest Du Dich als Person von Deiner Konkurrenz?

Welchen konkreten Nutzen bietet dein Angebot?

## 3. Zielgruppe

Wen möchtest Du mit Deinem Angebot erreichen? Bitte beschreibe Deine Zielgruppe

(es können auch mehrere sein) so detailliert wie möglich.

## Hintergrund:

Alter Deiner Zielgruppe:

Klicken oder tippen Sie hier, um Text einzugeben.

Geschlecht Deines typischen Kunden:

männlich  weiblich

Welchen Beruf übt Dein Wunschkunde aus?

Klicken oder tippen Sie hier, um Text einzugeben.

Was ist Deinem Zielkunden im Leben wichtig?

Klicken oder tippen Sie hier, um Text einzugeben.

## Identifikatoren:

Wo informiert sich Dein Zielkunde und über welche Kanäle kommuniziert er?

Klicken oder tippen Sie hier, um Text einzugeben.

Wie ist das Auftreten Deines typischen Kunden?

Klicken oder tippen Sie hier, um Text einzugeben.

## Erwartungen, Ziele und Emotionen:

Was möchte Dein potenzieller Kunde mit dem Kauf Deiner Leistung erreichen?

Klicken oder tippen Sie hier, um Text einzugeben.

Wovon träumt Dein Idealkunde?

Klicken oder tippen Sie hier, um Text einzugeben.

Welche Probleme möchte er mit Deiner Leistung lösen?

Klicken oder tippen Sie hier, um Text einzugeben.

Welche davon sind am dringendsten/was hält ihn nachts wach?

Klicken oder tippen Sie hier, um Text einzugeben.

Welche Gefühle könnten Deinen Zielkunden beim Kauf begleiten?

Klicken oder tippen Sie hier, um Text einzugeben.

### **Einwände und Zweifel:**

Welche Vorbehalte könnten Deine Wunschkunden davon abhalten, Dein Angebot direkt zu kaufen bzw. Dich zu buchen?

Klicken oder tippen Sie hier, um Text einzugeben.

Welcher Herausforderung könnten sie bei der Kaufentscheidung begegnen?

Klicken oder tippen Sie hier, um Text einzugeben.

Welche Gegenargumente könnte es gegen einen Kauf geben?

Klicken oder tippen Sie hier, um Text einzugeben.

Was könnte Deine Kunden ganz besonders begeistern?

Klicken oder tippen Sie hier, um Text einzugeben.

### **Ideale Lösung:**

Wie können wir Deinem Wunschkunden helfen, seine Zweifel zu überwinden?

Klicken oder tippen Sie hier, um Text einzugeben.

Womit könntest Du die Erwartungen Deiner Kunden übertreffen?

Klicken oder tippen Sie hier, um Text einzugeben.

Mit welchen Emotionen können wir Deinen Wunschkunden abholen?

Klicken oder tippen Sie hier, um Text einzugeben.

Wie könnte sich jemand, der Dein Angebot in Anspruch genommen hat, danach fühlen? Inwiefern hat sich seine Situation verbessert?

Klicken oder tippen Sie hier, um Text einzugeben.

## **4. Inhalt und Botschaft des Textes**

Was soll die Kernaussage des Textes sein? Welche Botschaft soll er rüberbringen?

Klicken oder tippen Sie hier, um Text einzugeben.

## 5. Dein „Warum“

Warum tust Du, was Du tust? Was treibt Dich an? Was ist das Schönste an Deinem Job? Was möchtest Du mit Deinem Business bewirken, was über das Geldverdienen hinausgeht?

Klicken oder tippen Sie hier, um Text einzugeben.

Verrate mir Deine Vision 😊

Klicken oder tippen Sie hier, um Text einzugeben.

## 6. Deine Geschichte

Erzähle mir etwas darüber, wie Du zu Deinem Business, Deiner Berufung gekommen bist. Gab es auf Deinem beruflichen Weg vielleicht Umwege?

Klicken oder tippen Sie hier, um Text einzugeben.

## 7. Tonalität

Wie sprichst Du Deine Kunden an, locker und ungezwungen oder eher förmlich, freundschaftlich oder sachlich? Du oder Sie? Willst Du gendern (stets beide Geschlechter nennen?)

Klicken oder tippen Sie hier, um Text einzugeben.

## 8. Call-to-Action

Was soll Dein potenzieller Kunde denken oder tun, nachdem er den Text gelesen hat? Kontakt zu Dir aufnehmen? Die Inhalte teilen? Dich direkt buchen? Sein Problem allein lösen können? Bitte gib nur eine Handlungsoption an.

Klicken oder tippen Sie hier, um Text einzugeben.

## 9. Meta-Daten

Benötigst du auch Metadaten (Meta Title und Meta Description) für Deine Texte, um von Suchmaschinen besser gefunden zu werden und den Lesern in der Suchergebnisliste einen Anreiz zum Klicken zu bieten?

Ja  Nein

## 10. SEO

Natürlich ist jeder professionelle Text, der den Lesern einen Mehrwert bietet, ein suchmaschinenfreundlicher Text. Aber indem du beispielsweise Keywords nutzt und die Nutzerintention der Suchenden kennst, kannst du die Chancen auf ein gutes Ranking in den Suchmaschinen steigern.

Sind Keywords vorhanden?

JA  Nein

Wenn ja, welche?

Keyword-Recherche erwünscht?

Ja  Nein

## 11. Fristen

Bis wann brauchst du deine neuen Texte? Bitte gib ein Datum an.