

## Projektplanungsstufen am Beispiel "Marke & Medien"

	Kunde	mediataFachagentur	Beispiel
Planung und Vorbereitung	Ausgangssituation: Unternehmen stellt Bedarf fest, definiert Anfrage/Zielvorgaben		Problem: Markenauftritt entspricht nicht der aktuellen Unternehmenssituation
	Kontaktaufnahme/Briefingtermin	Sichtung Unternehmensinformationen	
		Erstellung eines Anforderungsprofils nach Briefing als Grundlage zur Angebotskalkulation	Zielvorgabe: Markenrelaunch mit dem Ziel, die Anspruchsgruppen adäquater anzusprechen und dem Unternehmen zeitgemäße Identität zu stiften
	Bestätigung des Anforderungsprofils/Rebriefing		
		Angebotskalkulation, grobe Zeitplanung	
	Angebotsauswertung und -abstimmung/Auftragsvergabe	Auftragsbestätigung; Detailzeitplanung	Die Detailzeitplanung beinhaltet die Milestones für den Agenturpart und die (meist vorgelagerte) Mitarbeit der Projektverantwortlichen beim Kunden
Realisation	Bestätigung der Zeitplanung	Planung der groben Richtung/Entwicklung von Strategien/Szenarien zur Zielerreichung	Markenstrategischer Ansatz, z. B. zu den Themen Markenarchitektur, Markenidentität, Corporates, etc.
		Vorstellung Strategiepapier	
	Entscheidung für einen strategischen Ansatz als Grundlage für die Konzeption		
		Entwicklung eines Basiskonzeptes auf Strategiegrundlage. Das hier erarbeitete Anwendungsgerüst zeigt konzeptionelle und visuelle Merkmale für die Anwendung der Strategie auf.	Schriftliches Konzept mit visuellen Ansätzen zur Markenentwicklung unter Berücksichtigung der Zielvorgaben und strategischen Items. Beispiel: Name, Logo, Verpackung/Corporate Design (Schriften, Farbwelten, Gestaltungselemente, Raster, etc.); Anwendungsbeispiele, z. B. für Geschäftsausstattung, Printmedium (Anzeige oder Plakat), Leitsystem, etc.
		Vorstellung Basiskonzept und Anwendungsgerüst	
	Feedback zum Basiskonzept und ersten visuellen Anwendungen		
		Detailausarbeitung des Anwendungsgerüsts	
	Maßnahmenplanung - z. B. Media-/Streu-/Produktionsplanung, etc.	Übernahme dieser Aufgaben ist möglich	
	Übergabe Anforderungsübersicht an die Agentur		Anforderungsübersicht, Beispiel: Anzeigenbedarf mit Medium, Deadlines (Anzeigenschluss, Druckunterlagenschluss), Formate, Farbigkeiten, Anspruchsgruppe, Kommunikationszielen, etc.
		Gestalterische, inhaltliche und produktionstechnische Realisation der Maßnahmen und Medien unter Berücksichtigung der Vorgaben aus dem Anforderungskatalog	
	Publikation/Streuung der Medien	z. B. Insertion von Anzeigen, Großflächen, etc. oder Druck von Imagebroschüren, Produktflyern, Jahresberichten, etc.	
Nachbereitung und weitere Begleitung	Follow-Up (Vertrieb, etc.)	Abgleich Feedback mit Basisstrategie und -Konzept; ggf. Anpassungen im Anwendungskonzept/ Empfehlungen	z. B. Erfolg einer Anzeigenkampagne wurde durch parallele Wettbewerbskampagne geschmälert; neue Vorgehensweise für Folgemaßnahmen auf diesen Fakt erarbeiten