

Beitragskonzeption und Leser-Analyse

Wichtige Auftragsdetails:

Kunde	
Job Name	
Briefing vom	
Deadline	
Zwischenstand am	
Beitragsart	
Medium (VÖ)	
Beitragslänge	
Arbeitstitel / Thema	
Tonalität	
Honorar, netto	
Ansprechpartner	

Analyse und Konzeption (für: Blog- und Fachbeiträge, Anwenderberichte & Erfolgsgeschichten, Interviews, Landing Page-Texte):

1. Zielgruppe

(Für welche Gruppe von Personen mit gleichen oder ähnlichen Bedürfnissen ist der Beitrag?)

2. Wichtigste(s) Problem(e) der Zielgruppe:

(Was sind ihre Ziele, Wünsche oder Träume und welche brennendsten Probleme stehen dabei im Weg? Daraus abgeleitet: Welche Aspekte interessieren die Leser besonders am Thema?)

3. Rahmen des Inhalts: Wie schaffen wir Nutzen für die Zielgruppe?

(In welcher Form wird der Beitrag erstellt, damit die Leser einen möglichst hohen Nutzen davon haben? Kommen Experten zu Wort? Welches generelle Format hilft dem Leser am meisten? Was ist eine anregende Geschichte, die der Leser kennt und bei der man ansetzen kann? Was muss man mit Bildern erklären?)

4. Ziel des Artikels & Benefit für die Zielgruppe

(Welche Lesewirkung soll der Beitrag erzielen? Wie soll der Leser auf den Artikel reagieren? Welche Engpässe kann die Zielgruppe selber oder durch weitere Schritte nach dem Lesen lösen? Welche unmittelbaren Fragen und Probleme werden bereits während des Lesens gelöst? Was können die konkreten nächsten Schritte des Lesers sein? Soll er einen weiteren Artikel lesen oder in Aktion treten? Wie wird der Leser zum Handelnden?)

5. Gliederung/Leitfragen

(Welche konkreten Aspekte stehen im Beitrag drin? Wie baut sich der Artikel auf? (Gliederung, Zwischenüberschriften, Fragen)

6. Interview-Fragen

7. Format und Gestaltung

(In welcher Form, mit welchen nützlichen Textelementen wird das im Beitrag umgesetzt? Hier geht es um die generelle Struktur. Der Autor kann und soll hier im kreativen Prozess mitentscheiden, welche Elemente noch Sinn machen können. Textelemente können sein: Listen, Frage-Antwort-Absätze (eine oder mehrere Fragen und Antworten in Folge zu einem bestimmten Aspekt), Infokästen, Vergleiche (in Listen-Form), Pro-Contra, Beispiele und Geschichten, Schritt-für-Schritt-Anleitungen, Übersichten, Modelle und einfache bildliche Darstellungen, Zusammenfassungen (auch in Form von Checklisten oder Vergleichen möglich), Service-Elemente (Linklisten (Linktipps), Adressen, Termine)), Definitionen (z.B. als Infokasten),

8. Kernbotschaften

(Was soll der Beitrag der Zielgruppe vermitteln? Kernbotschaft: Spricht einen emotionalen Aspekt oder den größten Nutzen für die Zielgruppe an. Sagt etwas für die Zielgruppe Wünschenswertes oder Interessantes aus, unterscheidet sich in ihrer Originalität von den Inhalten anderer Veröffentlichungen und sollte glaubwürdig und beweisbar sein)

9. Marketing-Ziel

(Welche Absicht hat unser Kunde? Wie will er den Entscheidungsprozess des Kunden damit prägen? Welche Probleme / Ziele will unser Kunde mit dem Text lösen / erreichen?)

10. Keywords

(Vom Kunden vorgegeben oder mit ihm abgestimmt)

11. Verbindliches Infomaterial

(Vom Kunden vorgegeben)

12. Hinweise vom Kunden

(Alles, was er seit dem ersten Gespräch zum Thema gesagt hat)

13. Weiterführende Links

(Inspiration für den Autor)

14. Beispieltexte zur Orientierung zu Stil, Aufbau, Heransgehensweise

(Vom Kunden vorgegeben)

Sie wünschen sich Unterstützung für Ihren redaktionellen Prozess, Briefing-Erstellung und Textproduktion? Nehmen Sie Kontakt zu uns auf: kontakt@wortliga.de