



Wie läuft der Prozess vom Erhalt der Briefingunterlagen bis zur Abgabe der fertigen Pitch-Präsentation ab?



Wann dieses Blatt zu benutzen ist: Wenn dein Kunde dich bei der Ausschreibung zu einem Projekt berücksichtigt hat und dir die Briefingunterlagen vorliegen. Gehe die 10 Schritte, bevor du mit der Arbeit anfängst, noch einmal durch.



Der Nutzen: Um eine perfekte Präsentation für den Kunden auszuarbeiten, muss man den Prozess bis zur Abgabe ganz klar vor Augen haben. Die Fragen zu beantworten, zwingt dich darüber nachzudenken, was du für die einzelnen Prozessbestandteile zu berücksichtigen hast. Berücksichtigst du die Tipps, wirst du ein hochwertiges Ergebnis produzieren, ohne in Zeitnot oder großen Stress zu geraten.



Du hast es richtig gemacht wenn: du und dein Projektteam einen klar definierten Plan zur Ausarbeitung der Pitch-Präsentation aufgestellt habt und ihr damit das Endergebnis ohne größere Schwierigkeiten und Umstrukturierungen auf die Beine gestellt habt. Viel Erfolg mit deinem Projekt!

1. ANALYSE

Das Briefing ist die Grundlage für alle weiteren Arbeitsschritte. Ist kein formelles, schriftliches Briefing vorhanden, solltest du zumindest die wichtigsten Grundparameter, eine Ausgangslage, die Zielsetzung und mögliche Besonderheiten mit dem Kunden definieren. *Hast du das Briefing sorgfältig bearbeitet? Hast du Besonderheiten (z. B. außergewöhnliche Begriffe) herausgearbeitet? Gibt es (z. B. auf der Homepage des Kunden) Hintergrundinformationen zur Marke (Werte, Philosophie, Handlungsgrundsätze, CI, usw.)? Hast du einen Fragenkatalog mit unklaren Punkten im Briefing aufgestellt und besteht die Möglichkeit diesen in einem persönlichen Re-Briefing mit dem Kunden zu klären? O-Töne zu hören, hilft dir dabei ein Gefühl für die Sichtweisen des Kunden zu bekommen.*

2. BRAINSTORMING

Für das Brainstorming sollten alle Beteiligten ausreichend Zeit einplanen. Ein Termin zwischendurch ist hier nicht zielführend. *Ist es möglich zu diesem Termin auch andere relevante Gewerke (z. B. Show-Production, techn. Planungsbüro, Konzeptioner, usw.), mit denen die Agentur üblicherweise zusammenarbeitet, zum Meeting einzuladen? Das spart wertvolle Zeit, da die Ideen direkt von Fachleuten auf Umsetzbarkeit geprüft werden können. Hier gilt: Es gibt keine dummen Ideen! Fantasieren ist erlaubt und ausdrücklich erwünscht. Im Worksheet „Meetingkultur“ findest du hierzu mehr Informationen. Kannst du Kreativitätstechniken in das Meeting einbauen (z.B. Gruppenarbeitsmethoden)?*

3. LEITIDEE

Erzählt die im Brainstorming entstandene Leitidee eine emotionale Geschichte? Ist diese Idee in allen weiteren Maßnahmen immer als roter Faden erkennbar? Keep it simple and clear! Erzeugt das Konzept direkt ein Bild im Kopf? Am Ende wird dein Angebot womöglich auf 10 Folien heruntergekürzt und von jemand anderem bei den Entscheidern (z. B. Vorständen) vorgestellt. Denke und arbeite realistisch! Eine grobe Etaaufteilung in größere Positionen hilft, um direkt den Umsetzungsrealismus der Idee zu prüfen. Was brauchst du noch, um die Idee zu stützen (z. B. passende Location, Künstler, Catering, Hotel, usw.)?

4. ANFRAGEN

Treat first what kills first! Hast du die Anfragen mit der längsten Rückmeldungszeit (z. B. aufwendiges Technikangebot) direkt als erstes versendet? Kannst du, wenn du auf den Homepages deiner Zulieferer z. B. nach Kontaktdaten suchst, direkt weitere Materialien (Bilder, Infos, usw.) sammeln? Hast du alle deine Anfragen in einer Liste gesammelt und den aktuellen Status (z. B. „Anfrage versendet“, „Angebot liegt vor“, usw.) und auch die Kosten eingetragen, damit andere Teammitglieder diese Informationen einsehen können? Ein Anruf ist manchmal besser als eine E-Mail!

5. PRÄSENTATION

Hast du mit deinem Team die Präsentationsstruktur festgelegt? Baue die Präsentation zunächst mit einfachen Platzhaltern auf, um eine visuelle Struktur aufzuzeigen. Habt ihr die Aufgaben im Team klar verteilt? Wer bearbeitet welchen Part in der Präsentation? Die Erfahrung zeigt, dass möglichst nicht mehr als zwei Teammitgliedern an einer Präsentation arbeiten sollten (¼ Verantwortungsdiffusion).

6. DESIGN

Ist deine Präsentation verständlich aufgebaut? Es hat sich bewährt in der Präsentation den Weg des Gastes aufzuzeigen. Ziel des Designs ist es, die Fantasie deines Kunden zu beflügeln: Überzeugen deine Folien mit viel Bild und wenig Text und erzeugen diese damit Bilder im Kopf? Hinterfrage bei allen Texten: Sind die Informationen auf deinen Folien wirklich für dieses Projekt und diesen Kunden relevant?

7. TIMING

Es hilft, bestimmte Milestones bis zum Abgabetermin zu setzen: *Hast du den gesamten Zeitraum vom Erhalt des Briefings bis zur Abgabe der Pitch-Präsentation zeitlich strukturiert? Hast du z. B. wöchentliche Statusermine eingestellt, um den aktuellen Umsetzungsstatus zu überwachen? Wurden die Dinge, die bis zu einem bestimmten Zeitpunkt vorgesehen waren, auch so umgesetzt?*

8. SPEED

Die Erfahrung zeigt, dass Konzepte dann richtig gut werden, wenn man eigentlich zu früh fertig ist. Stelle die grundlegenden Folien so schnell es geht fertig, auch wenn vermeidlich noch viel Zeit bis zum Abgabetermin bleibt. *Hast du in deinem Timing auf der Zielgeraden noch genügend Zeit eingeplant, um dann an den Details und dem Feinschliff zu arbeiten?*

9. FEINSCHLIFF

Plane eine finale Worksession mit deinem Projektteam im Office ein, um gemeinsam die Präsentation zu prüfen und letzte Details anzupassen. *Hast du die Präsentation immer wieder mit dem initialen Briefing abgeglichen und auf Vollständigkeit geprüft? Sind alle geforderten Punkte aus dem Briefing enthalten? Kannst du bestimmte Parts in deiner Präsentation noch durch Medien (Bilder, Filme, Scribbles, usw.) aufwerten?*

10. FEEDBACK

Reflektiere immer wieder die eigene Arbeit: *Macht das, was ich hier getan habe wirklich an dieser Stelle Sinn und ist es für dieses Projekt relevant? Tausche dich oft mit deinen Kollegen und deinem Netzwerk (den beteiligten Zulieferern) aus und teile deine Informationen.*



Was kommt als Nächstes? Sobald du alle Fragen für dich bearbeitet hast, gilt es eine exzellente Pitch-Präsentation bei deinem Kunden abzuliefern und damit das Projekt für die Agentur zu gewinnen!

Schritte 4 bis 10 laufen parallel zueinander ab