

Briefing <projectnummer>

Aan : Naar wie wordt de briefing gestuurd?
Kopie : --
Van : Wie is de afzender
Datum briefing : <DD-MM-JJJ>
Deadline : <DD-MM-JJJ>
Publicatie op : <naam website of ander medium>
Urenbelasting : X aantal uren
Budget : Euro:

Heel eerlijk, hieronder tref je een groot aantal onderdelen aan waaraan de ideale briefing voldoet. De praktijk is echter weerbarstiger dan de ideale situatie. Soms is niet alle informatie voorhanden maar start je toch met een project. Niet alle opdrachtgevers hebben alle informatie tot hun beschikking.

Wees dus gerust wanneer jouw briefing niet voldoet aan het ideale plaatje. Dat doet het bijna nooit. Wél is het goed om te weten welke informatie er allemaal beschikbaar zou moeten zijn. Het liefst voordat je begint.

Handel onderstaande onderdelen van de briefing dan ook af en benoem wanneer informatie niet beschikbaar is of wanneer die informatie wél beschikbaar is. Pas dit briefing grit gerust aan jouw persoonlijke situatie aan.

Hartelijke groet,
[Antal de Waij](#)

Achtergrondinformatie

Een korte omschrijving van de aanleiding om een project te briefen. Waarom communiceer je? Waarom kies je voor bepaalde middeleninzet?

Hoe past dit project in de strategie

Geef hierbij aan in welke fase van de klantreis een project valt. Motiveer waarom dat zo is.

Doelstelling en KPI's

Wat is het doel van het project? Denk hierbij aan je KPI's. Een goede briefing relateert een project altijd aan het 'hogere' doel. Benoem de KPI's zowel kwalitatief als kwantitatief. Dan is het maar duidelijk.

Doelgroep

Wat is de doelgroep met wie je wilt communiceren? Geef een link naar uitgewerkt persona's of stuur ze als attachment mee. Benoem de demografische variabelen van je doelgroep. Zie ook klantinzichten.

Klantinzichten

Beschrijf de doelgroep niet alleen op basis van demografische kenmerken maar ook op basis van gedragskenmerken. Wat is typisch aan deze doelgroep? Welke gedragingen hebben zij? Welk mediaconsumptie gedrag heeft de doelgroep doorgaans?

Boodschap/Beloofte

Beschrijf in maximaal 2 regels wat de kernboodschap van de communicatie moet zijn.

Bewijsvoering/Reason(s) to believe

Geef vervolgens aan waarom de doelgroep deze belofte moet geloven. Bijvoorbeeld een onderzoek dat je in de bijlage meestuurt met de briefing. Denk hierbij aan de pains en gains van een persona. Wat zijn conversie argumenten of (emotionele) redenen om te reageren op de te maken content?

Oplossingsrichting(en)

Vaak hebben klanten al een bewuste keuze gemaakt. Bijvoorbeeld op basis van tijd of budget. Geef in enkele bullits aan welke alternatieve denkrichtingen zijn gemaakt en waarom je kiest voor een bepaalde opdracht. Benoem welk probleem moet worden opgelost. Zo geef je de ontvanger context.

Huisstijl/Tone of Voice

Meestal staat onder dit kopje "huisstijl ja/nee". Mag een creatieve contentmaker hiervan afwijken? Dan kun je dat hier vermelden. Afwijkingen kunnen voorkomen. Denk maar eens aan een strenge betalingsherinnering.

Opdracht

Geef hier aan wat de contentmaker moet aanleveren. Wees hierin zo specifiek mogelijk. Bijvoorbeeld

- Lever een artikel tussen de 800-1000 woorden.
- Maak een video van maximaal 30 seconden.
- Schrijf een samenvatting van 350 woorden van dit rapport.

Tip over de opdracht: geef aan wat de minimale eisen zijn en waar een contentmaker vrijheid heeft.

Juridische kaders

Zijn er juridische zaken waarmee rekening moet worden gehouden? Denk aan actievoorwaarden, beeldrechten.

Zoektermen/SEO

Welke zoekwoorden dienen te worden opgenomen in een tekst? Tip: doe dit vooraf en niet tijdens het schrijven van je tekst of tijdens opnames van je video.

Distributiekkanalen

Via welke distributiekkanalen wordt de content onder de aandacht gebracht? Soms is dat een website maar soms ook zijn derden betrokken. Denk daarom goed aan technische formaten.

Budget en tijdslijn

Handig om zowel het budget als een timing in de briefing te vermelden.

Proces van dit contentstuk

Beschrijf het goedkeuringsproces. Kortom, wie zijn er allemaal betrokken bij het maak/goedkeuringsproces. Erg handig voor je definitieve planning.

Stap 1:

Stap 2:

Stap 3:

Stap 4:

Akkoord door: <naam>

Technische eisen

Het kan zijn dat een contentpiece specifieke technische eisen heeft. Denk aan:

- Eisen voor een hostingpakket
- Type fotografie
- Lettertypen
- Afbeeldingen
- Videoformat
- Advertentieformaten

Handige links:

Geef een overzicht van webadressen die gebruikt moeten worden om naar te linken of voor bijvoorbeeld research.

Contactgegevens:

Naam, telefoonnummer en e-mail adres van alle betrokkenen bij het proces. (Zie ook “proces van dit contentstuk”).