

Pinkink<sup>.at</sup>

# *user's guide*

*visibleidentity*

*Kleine Dinge machen oft große Probleme bei der Zusammenarbeit zwischen Agentur und Kunden. Nicht selten geht eine gute Idee oder ein gutes Konzept durch ein fehlendes Wort der Verständigung oder mißverstandene Kommunikation zwischen den Beteiligten einfach verloren.*

*Der Pink ink-user's guide versteht sich als kleiner Helfer in der Not und beschreibt die - für sie und uns - wichtigsten Phasen und Arbeitsschritte. Damit sie immer einen Plan haben.*

### *1. KENNENLERNEN*

Geben wir uns etwas Zeit. Um gut für Sie arbeiten zu können, müssen wir Sie, Ihr Unternehmen, Ihre Probleme und Wünsche wirklich kennenlernen. Und Sie wollen sicher auch wissen, mit wem Sie es zu tun haben. Sie würden sich ja auch nicht von einem unsympathischen Zahnarzt behandeln lassen, oder?

### *2. BRIEFING*

Wir finden uns also sympathisch. Dann wird es Zeit für das Briefing. Bitte fixieren Sie hier schriftlich die genaue Aufgabenstellung, Ihre Wünsche und Vorgaben sowie den Termin für eine eventuelle Präsentation. Alles, was Sie uns jetzt über Ihr Unternehmen verraten, ist eine große Hilfe für uns. Auch Aufzeichnungen über Marktforschungen, Marketingkonzepte, alte Kampagnen, Ihre Werbeaufträge bisher... Es versteht sich von selbst, daß wir mit Ihren vertraulichen Informationen entsprechend sorgfältig umgehen. Der Pink ink-briefing guide ist für diesen Knochenjob ein guter Leitfaden. Sorry - bevor wir für Sie arbeiten können, müssen Sie uns mit allen Informationen versorgen und klare Ziele vorgeben.

### *3. REBRIEFING*

Das Ganze noch einmal von vorne! Nur sind es nun wir selbst, die Rahmenbedingungen aus dem Briefing nochmals schriftlich festhalten - damit wir uns verstehen. Das vermeidet Mißverständnisse von Anfang an. Auch wenn's umständlich klingt, aber ohne Rebriefing gehen wir nicht ans Werk. Wir wissen schon, warum...

#### 4. PREIS UND TERMIN

Es ist an der Zeit für ein exaktes Angebot. Wir sagen Ihnen, wieviel Geld Sie die einzelnen Arbeitsphasen kosten und wieviel Zeit letztere beanspruchen. Damit erhalten Sie genaue Preise für jene Arbeiten, die bei uns im Haus erstellt werden, und die Termine - schriftlich natürlich. Die Kosten für eventuelle Fremdleistungen wie Photo, Video, Messebau, Druck, Übersetzungen, etc. bieten wir gerne mit an. Allerdings sind diese nur Richtpreise, da ja die gestalterischen Details noch ausstehen.

#### 5. KONZEPT

Jede Pflanze braucht fruchtbaren Boden, jede Idee ihr Konzept. Anders sein ist schön, aber ein kurzes Vergnügen, wenn kein einheitlicher Gedanke dahinter steht. Markt- und Meinungsforschung sind wichtige Faktoren Ihres Auftritts. Ebenso wie ein wohlüberlegtes Unternehmenskonzept, eine klare Strategie, die Basis jeder gewinnbringenden Idee sind. Im Konzept erfahren Sie's: Alles, und das schwarz auf weiß.

#### 6. ENTWURF

Parallel zum schriftlichen Konzept entwerfen Grafik Designer die optische Grundlinie, das Design für Ihren persönlichen und unverwechselbaren Kommunikationsstil. Diese Entwürfe mit allen gestalterischen Elementen wie Farbe, Form, Graphik, Bild und Text zeigen Ihnen hautnah und realistisch, was wir uns für die kreative Umsetzung des Konzepts ausgedacht haben.

## 7. PRÄSENTATION

Böse Stimmen behaupten, eine Präsentation bestehe zu 20% aus Idee und zu 80% aus Show. Mag stimmen, aber Sie und wir haben doppelt soviel davon, wenn wir unsere Ideen für Ihre neue Kommunikationslinie eindrucksvoll und nicht einschläfernd vorführen. Mit ein bißchen Einfühlungsvermögen und Vorstellungskraft wird Ihnen gefallen, was Sie da zu sehen bekommen: Optimale, realisierbare Lösungen, die im Rahmen des Budgets bleiben.

## 8. AUFTRAGSBESTÄTIGUNG

Sie sind beeindruckt, das Gesehene hat Ihnen gefallen. Mit einer formlosen Auftragsbestätigung geben Sie uns grünes Licht, weiterzumachen. Oder Sie sind gelangweilt, nicht einverstanden mit unseren Ideen. Dann ist es an der Zeit, sich zu trennen. Wir stellen das vor der Präsentation vereinbarte Abschlagshonorar in Rechnung. Schade, aber auch das kommt vor.

## 9. KOORDINATION

Nach einem Koordinationsgespräch mit Ihnen, gehen Berater und Producer ans Werk und sorgen für einen reibungslosen Arbeitsablauf. Medien werden bestellt, Termine aufeinander abgestimmt, Produktionsteams beauftragt und vieles mehr. Übrigens: Die exakten Kosten für Fremdleistungen erfahren Sie nun auch.

## *10. AUSFÜHRUNG*

Es geht ins Finale. Vom Entwurf an werden sämtliche Arbeiten am Computer erstellt: Graphik, Texte, Satz und Layout. Das macht die Sache perfekt, spart Zeit und Geld. Aber wir können noch mehr: Wir bearbeiten gemeinsam mit unseren Partnern auch Film, Video & Ton, CAD, Animationen, (interaktive) Multimediaprojekte und Messebau am gleichen System - damit alles zusammenpasst. Am Beispiel Druck zeigen wir Ihnen hier wie's läuft.

## *11. DRUCK UND FINALE*

Wir halten Wache in der Druckerei. Damit alles reibungslos läuft und sich nicht im letzten Augenblick Fehler einschleichen, sind wir beim Maschinenandruck bei den ersten Umsetzungen im neuen CD mit dabei. Wachen im wahrsten Sinne des Wortes übrigens. Denn oft geht's partout mitten in der Nacht los. Sie sind natürlich eingeladen, dabei zu sein, wenn unser Werk in Druck geht.

## *12. ZU GUTER LETZT*

Nun wissen Sie also, woran Sie bei uns sind. Wir wüßten auch gerne, woran wir bei Ihnen sind, deshalb unsere Bitte zum Schluß: Setzen sie hohe Massstäbe, aber sparen Sie nicht mit Lob. Seien Sie mit uns so kritisch wie mit Ihren Mitarbeitern. Sie machen uns damit zu einem Teil Ihres Unternehmens für die Zeit unserer Zusammenarbeit. In diesem Sinne wünschen wir Ihnen viel Spaß und Erfolg mit Pink ink.