

51 Gebote für Alle

(Grafik, Text, Account, Kunde)

01. Setzen Sie Ihre Agentur unter Kreativdruck statt unter Zeitdruck.
02. Schreiben Sie Briefings, die Ihre Agentur begeistern.
03. Schreiben Sie präzise Briefings für eine präzise Ideenbewertung.
04. Achten Sie auf eine klar formulierte „Single-Minded-Proposition“.
05. Stimmen Sie Briefing und Strategie bereits vor der Ideenfindung ab.
06. Verlangen Sie Zeit für Top-Ideen.
07. Setzen Sie Ihre Deadlines selbst.
08. Suchen Sie Ihren Stimulus nie in Annuals.
09. Suchen sie Impulse und Eindrücke außerhalb der Werbung.
10. Suchen Sie Ihren Dreamteam-Partner.
11. Vertrauen Sie Ihrem Teampartner zu 100 Prozent oder wechseln Sie ihn.
12. Suchen sie getrennt von Ihrem Teampartner nach Ideen.
13. Befragen Sie das Produkt, bis es gesteht.
14. Greifen Sie das Produkt an, um seine wahre Bestimmung herauszufinden.
15. Sehen Sie das Produkt mit den Augen der Zielgruppe.
16. Lernen Sie aus den Erfahrungen und Fehlern anderer.
17. Kämpfen Sie für einen klaren und nachvollziehbaren Creative Brief.
18. Reduzieren Sie den Creative Brief auf eine herausfordernde Frage.
19. Machen sie Typestorming statt Brainstorming.
20. Verändern Sie Ihren Standpunkt, um Blockaden zu vermeiden.
21. Begeistern Sie sich für Ihre Aufgabe.
22. Bleiben Sie entspannt bei der Ideensuche.
23. Gestalten Sie einen „inneren Film“.
24. Produzieren sie viele Ideen und damit Wahlmöglichkeiten.
25. Lesen Sie dieses Gebot so oft Sie wollen.
26. Treten sie mit Ihrer Arbeit in einen Dialog.
27. Bleiben Sie dran und geben Sie nicht auf.

28. Glauben Sie an sich und Ihren Partner.
29. Gehen Sie auf Distanz zu Ihrem kreativen Produkt.
30. Erkennen Sie Unzufriedenheit als „Triebkraft“ für Spitzenleistungen.
31. Beschreiben Sie Ihre Konzeptidee in einem Satz.
32. Bewerten Sie Ideen anderer ehrlich, offen und helfen Sie weiter.
33. Bewerten Sie Ideen nach dem Gefühl.
34. Bewerten Sie die Idee mit den Augen der Menschen, nicht der Zielgruppe.
35. Überprüfen Sie Ihre Ideen mit Hilfe von Kreativen, die Sie respektieren.
36. Bewerten Sie Zweifel an der Machbarkeit der Idee als positiv.
37. Versuchen Sie selbst Ihre Idee zu killen, bevor es andere tun.
38. Suchen Sie 100 Umsetzungen, um einer Idee die größte Kraft zu verleihen.
39. Lassen Sie das ArtWork nicht mit der Idee in Konkurrenz treten.
40. Machen Sie Ihre Ideen einfach, aber nicht harmlos.
41. Beschützen Sie die Idee in jeder Stufe des Prozesses.
42. Erzeugen Sie eine klare Vision von dem, was Sie wollen.
43. Begeistern Sie sich und andere für die Idee.
44. Werfen Sie starke Ideen nicht weg.
45. Kämpfen Sie für Ideen statt für Visuals und Headlines.
46. Präsentieren Sie keine Storyboards.
47. Beteiligen Sie den Kunden an der Idee, nicht an der Exekution.
48. Verkaufen Sie dem Kunden Ihren Gedankengang statt nur die Idee.
49. Präsentieren Sie nur Ideen, hinter denen Sie hundertprozentig stehen.
50. Verlangen Sie von Ihren Mitarbeitern mutige Entscheidungen statt richtige.
51. Kaufen Sie nur Ideen, die Sie mögen. Und vertrauen Sie Ihrer Agentur.