



WILLKOMMEN BEIM XEO COPY-TEST



Energie für Marken

Dies ist ein Test, keine Prüfung. Also, keine Panik. Geh' die Sache einfach mit viel Spaß und Biss an. Denn gute Sachen entstehen immer nur mit Spaß an der Arbeit. Und dem nötigen Kampfgeist, sich bis zur wirklich guten Lösung durchzubeißen. **Deine Ideen sollten also nicht die erstbesten sein.**

XEO ist übrigens eine Agentur, die vor allem Kunden im Bereich Business-to-Business hat. Also keine Schokoriegel, keine Spülmittel, keine Shampoos. Trotzdem ist kreative Kommunikation gefragt. Denn es geht auch hier um Menschen, die gerne begeistert werden. Die aber werbemüde und kurz angebunden sind. **Deine Ideen müssen also schnell überzeugen statt lange erklärt werden.**

Wir freuen uns auf das, was von dir kommt und wünschen dir viel Spaß bei der Arbeit. Sei lieber zu mutig als zu brav. Und lieber der beste als der schnellste. **Deine Ideen könnten der Start in eine spannende Zukunft sein.**

Ach ja: Falls du irgendetwas gezeichnet, gedreht oder gebaut hast, von dem wir wissen sollten, dann zeig' es uns. Gute Ideen verdienen Publikum!

Und jetzt ran an die Arbeit und dann an: jochen.huppertz@xeo-marken.de

AUFGABE 1:

Warum nur du? Was an dir lässt uns keine andere Wahl, als dich an Bord zu holen? Überzeuge uns von dir. Und das gleich dreifach: Per Tweed oder SMS (also 140/160 Zeichen kurz). Mit einem Song oder Gedicht. In einem 1-seitigen Brief.

AUFGABE 2:

Nenn' uns deine drei Lieblingssätze: ein Zitat, eine Weisheit, ein Slogan, eine Song-Zeile. Und erzähl' damit eine Geschichte. Mit max. 1000 Zeichen. Und nutze die Möglichkeit, sie ins Web zu verlängern.

AUFGABE 3:

Schau dir die Websites unserer Kunden an. Wenn du eine schlechte findest, dann sage uns das. Überlege, warum sie sein könnte, wie sie ist. Und schreibe dann auf, warum sie schlecht ist. Was ihr fehlt. Und wie du sie besser machen würdest.

AUFGABE 4:

roterkeil.net ist ein Netzwerk gegen Kinderprostitution. Wie bei den meisten Hilfsorganisationen ist das Engagement riesig, aber das Geld sehr knapp. Hilf' ihnen: Mit gezielten, kostengünstigen Ideen, die das Netzwerk bekannter und solventer machen.

Die Alternative für Fußballfans: Unser Kunde Borussia Dortmund hat ein neues Stadionmagazin. Alle sind happy, nur der Kassenswart wäre gern noch happier. Wie kann man also im Web, im Stadion und an Kiosken den Absatz pushen? Am besten mit einer guten, übergreifenden Idee. Und natürlich für fast kein Geld.

AUFGABE 5:

Unser Kunde cognis hat sich der Nachhaltigkeit verschrieben. Deshalb produziert er nach 24 grünen Prinzipien. Du meinst, das ist kein Thema für eine Anzeige? Dann mach' was anderes. Oder eben doch eine Anzeige. Deine Bühne!

AUFGABE 6:

Vertrieb ist „people’s business“. Also sehen die Kunden sehr viele Leute. Und hören sehr oft Ähnliches von ihnen. Was kann ein Vertriebler von Evonik tun oder mitbringen, um bei seinen Kunden einen unvergesslichen Eindruck zu hinterlassen? Die Haltung, die Evonik Mitarbeiter haben, ist jedenfalls gesetzt: Sie lieben die Probleme ihrer Kunden.

AUFGABE 7:

Erfinde ein Produkt und sage, warum es gut ist. (Sollten dir noch nebenbei ein paar Ideen kommen, wie du es an den Mensch bringen möchtest, nur zu!)

AUFGABE 8:

Mit welchem Satz möchtest du unsterblich werden?