**BRIEF DLA COPYWRITERA**

Aby teksty, które dla Ciebie tworzymy były skuteczne, spójne z Tobą i z Twoim biznesem oraz przykuwały uwagę, odpowiedz na poniższe pytania.

Udziel szczegółowych i szczerych odpowiedzi, a stworzymy piękne, wartościowe treści, które wykorzystasz w różnych kanałach komunikacji.

Nie przejmuj się stylistyką lub brakiem odpowiednich określeń. Pisz hasłowo lub równoważnikami zdań. Zacznij od najprostszych pytań.

Rozpoczniemy pracę nad tekstem, kiedy odeślesz formularz na adres:

agencja@slowapisanego.pl

Jeśli wolisz zrobić to ustnie, zastanów się nad pytaniami i zadzwoń do nas - tel. 693 636 414 lub 517 322 049 - a my zanotujemy Twoje odpowiedzi.

Dziękujemy!

**FIRMA I JEJ KONKURENCJA**

|  |  |
| --- | --- |
| Czym dokładnie zajmuje się Twoja firma? |  |
| Jaka jest kluczowa **przewaga** nad konkurencją lub najważniejsza usługa/produkt?Czym się wyróżniasz? Jakie **problemy** rozwiązuje Twoja firma? |  |
| Czy firma posiada takie materiały jak:**case study, testimoniale klientów,****referencje?**Możesz dołączyć je załączniku. |  |
| Jakie inne **firmy** są najbardziej **zbliżone** obszarem działalności lub które uważacie za swoją bezpośrednią konkurencję?Możesz wkleić **linki** do ich stron. |  |

**GRUPA DOCELOWA**

|  |  |
| --- | --- |
| Kto jest **grupą docelową** firmy? Kto będzie czytał teksty na stronie? Kto do tej pory był Twoim klientem? |  |
| Co mają **myśleć o firmie**, gdy zapoznają się z treściami? |  |
| **Na jakich** innych **grupach** konsumenckich teksty mają zrobić **wrażenie**? Chcesz **rozszerzyć grupę odbiorców?** Jeśli tak, to kto ma do niej trafić? |  |
| Gdyby **Twój biznes** był **znaną osobą**, kim by był? |  |

**STRONA WWW, ULOTKA, OFERTA, PUBLIKAJCA**

|  |  |
| --- | --- |
| Jaka będzie **struktura strony, ulotki, oferty, projektu**? (liczba podstron, ich nazwy, działy, kategorie, itd.) |  |
| Czy istnieją już mockupy **(szkic)** nowej **strony** www, ulotki, publikacji? Jak strona będzie wyglądać? |  |
| Czy są jakieś **ograniczenia** dotyczące **długości/kształtu tekstu** uzależnione od kwestii technicznych? Na przykład konkretna długość nagłówka w szablonie wordpressowym, rozmiar stron, ulotki itd.Możesz o to dopytać osobę, która projektuje Ci stronę, grafika, etc.  |  |

**WYTYCZNE KOMUNIKACYJNE**

|  |  |
| --- | --- |
| Jaki jest główny **cel tekstów**? Co mają robić?(pozycjonowanie marki jako premium, zdobywanie nowych klientów, postrzeganie marki w konkretny sposób, itd.?) |  |
| Czy istnieje **księga komunikacji marki**, zawierająca wytyczne, których należy się trzymać przy tworzeniu tekstów? |  |
| Wymień w kilku punktach **najważniejsze informacje**, jakie teksty mają przekazywać. |  |
| Tone of Voice: **Na jakim wydźwięku tekstów Ci zależy?** (poważny, zabawny, premium, z dystansem, kordialny, itd.) – to istotne, ze względu na ogólny cel treści.  |  |
| Jakiego wydźwięku/skojarzeń pragniesz **uniknąć**? |  |
| Czy masz **dodatkowe uwagi** lub wytyczne? Jeśli tak, to jakie? |  |
| Jaki masz **budżet, ile chcesz wydać na tekst?** Mogą być widełki.  |  |

**Brawo!**

Przebrnąłeś dzielnie przez wszystkie pytania. Zdajemy sobie sprawę, że nie było to łatwe. Pomyśl jednak ile nowych rzeczy dowiedziałeś się o Twojej firmie i jak efektywnie przebiegnie teraz nasza współpraca!

Czekamy na wiadomość od Ciebie - agencja@slowapisanego.pl

Ślemy serdeczności!

**AGENCJA SŁOWA PISANEGO**