



**PLANER**

**COPYWRITERA**

*Planer codziennej pracy copywritera*



<b>Projekt</b>	
----------------	--

<b>Dane klienta</b> <b>Osoba fizyczna / Firma</b>	
--	--

## Informacje o kliencie

Wartości, misja, wizja:

Zasięg prowadzonej działalności:

Grupa docelowa:








Kluczowe produkty, usługi, Unique Selling Point:

Opis działalności:

## Konstrukcja treści

- Cel tekstu:
- Styl wypowiedzi:
- Słowa kluczowe:
- Ilość znaków:
- Termin realizacji:
- Preferowany budżet:
- Forma rozliczenia:
- Dodatkowe wytyczne:

## Planowanie pracy

Research	Struktura	Pisanie	Redakcja	Wysyłka
Zbieranie informacji, analizowanie briefu, wyszukiwanie źródeł, analiza konkurencji  Czas realizacji: 25 minut pracy + 5 minut przerwy  	Tworzenie nagłówków, układ treści, wstępna struktura tekstu  Czas realizacji: 25 minut pracy + 5 minut przerwy  	Pisanie pierwszej wersji tekstu bez dokładnej edycji  Czas realizacji: 120 minut pracy z krótkimi przerwami + 20 minut dłuższej przerwy     	Korekta błędów, poprawa stylu, spójność, formatowanie  Czas realizacji: 50 minut pracy + 10 minut przerwy    	Finalna kontrola, zapisanie pliku, wysyłka do klienta  Czas realizacji: 25 minut pracy + 5 minut przerwy  

## Tytuł

## Lead

- Hook / przyciągnięcie uwagi (pytanie, fakt, emocja):
- Krótkie przedstawienie problemu / korzyści:
- Zapowiedź, co znajdzie się dalej w tekście:

## Śródtytuły

- Nagłówek H2:
- Główna myśl / cel:
- Przykład / metafora / case:
  
- Nagłówek H2:
- Główna myśl / cel:
- Cytat / statystyka:
  
- Nagłówek H2:
- Główna myśl/cel:
- Lista / wypunktowanie / porównanie:
- Korzyść dla czytelnika:

## Zakończenie

- Podsumowanie najważniejszych informacji:
  
- Call to action (np. kontakt, zakup, udostępnienie):

## Inne

- Główne słowo kluczowe:
- Dodatkowe frazy:
- Ton / styl (np. ekspercki, lekki, techniczny, humorystyczny):
- Linki wewnętrzne / zewnętrzne:
- Długość docelowa tekstu (zss lub słów):