



DZIENNIK COPYWRITERA

Planer codziennej pracy copywritera



Projekt	
---------	--

Dane klienta Osoba fizyczna / Firma	
--	--

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):
------	--