

Przygotowanie strony firmowej

Generyczny formularz dla klienta oraz checklista dla osoby zbierającej materiały i przekazującej projekt do realizacji.

CEL DOKUMENTU

Zebrać w jednym miejscu fakty, decyzje, teksty, zdjęcia, pliki marki, wymagania techniczne i dostęp do publikacji. Projekt powinien trafić do wykonania dopiero wtedy, gdy nie wymaga zgadywania.

Dwie role

Klient / osoba zamawiająca	Opiekun projektu / osoba zbierająca materiały
Wypełnia pola, wskazuje priorytety, przekazuje pliki i potwierdza prawa do ich użycia.	Sprawdza kompletność, porządkuje folder, wyjaśnia sprzeczności i nie przekazuje projektu do realizacji z krytycznymi brakami.
Nie musi pisać tekstów reklamowych. Powinien przekazać prawdziwe fakty, źródła i decyzje.	Nie dopisuje samodzielnie faktów o firmie. Każdą niepewną informację oznacza jako brak do potwierdzenia.

Dane projektu

Firma / marka [wymagane]

Osoba kontaktowa po stronie klienta [wymagane]

Opiekun projektu [wymagane]

Planowany termin publikacji [opcjonalne]

Jak przygotować i przekazać materiały

Wszystkie materiały powinny trafić do jednego folderu projektu. Link do folderu jest źródłem nadrzędnym; nie kompletujemy projektu z wielu wątków mailowych i komunikatorów.

Proponowana struktura folderów

Folder	Co w nim umieścić
00_ADMIN	Brief, dane kontaktowe, harmonogram, ustalenia i lista braków.
01_MARKA	Logo, księga znaku, kolory, fonty, ikony i pozostałe pliki identyfikacji.
02 TEKSTY	Opis firmy, oferta, biogramy, FAQ, dane kontaktowe i zatwierdzone treści.
03_ZDJECIA	Oryginalne zdjęcia podzielone na zespół, realizacje, lokalizacje i pozostałe tematy.
04_OFERTA	Cenniki, prezentacje, katalogi, stare materiały i dokumenty produktowe.
05_DOWODY	Referencje, liczby, certyfikaty, case studies oraz logotypy klientów i partnerów.
06_PRAWNE	Polityka prywatności, cookies, regulaminy, zgody i wymagane zastrzeżenia branżowe.
07_TECHNICZNE	Domena, hosting, integracje, analityka i instrukcje dostępu - bez haseł w otwartym pliku.

Formaty plików

Materiał	Preferowane formaty i minimalna jakość	Czego unikać
Teksty	DOCX, PDF, TXT lub jeden uporządkowany dokument online.	Zrzuty ekranu tekstu i różne wersje w wielu mailach.
Logo	SVG, EPS lub PDF; ewentualnie PNG z przezroczystym tłem, min. 2000 px.	JPG, zdjęcie logo, plik wycięty ze strony.
Zdjęcia	Oryginalne JPG, PNG lub WebP, najlepiej min. 2000 px szerokości.	Pliki z WhatsAppa, miniatury, zdjęcia bez praw do publikacji.
Grafiki	SVG, PDF, AI lub wysokiej jakości PNG/WebP.	Niewiadome źródło i grafiki znalezione w wyszukiwarce.
Wideo	MP4/WebM albo link do pliku źródłowego.	Ciężkie załączniki mailowe i kopie z komunikatora.

Nazwy i wersje

- Stosuj schemat: FIRMA_kategoria_opis_wersja.ext, np. NOVA_logo_dark_v01.svg.
- Zdjęcia nazywaj opisowo, np. NOVA_zespol_anna-kowalska_01.jpg.

- Jedna zatwierdzona wersja tekstu powinna mieć dopisek APPROVED i datę.
- Nie używaj nazw „final_final”, „nowe2” ani „ostatnia wersja naprawdę”.
- Dostępny przekazuj przez menedżer haseł lub bezpieczny kanał, nigdy w publicznym arkuszu.

Link do jednego nadrzędnego folderu projektu [wymagane]

Folder musi być dostępny dla osoby realizującej stronę i zawierać aktualne wersje materiałów.

CZĘŚĆ A - WYPEŁNIA KLIENT

Firma, odbiorcy i cel strony

1. Firma i kontakt

Nazwa marki widoczna na stronie [wymagane]

Pełna nazwa prawna firmy [wymagane]

Czym zajmuje się firma? [wymagane]

Napisz prosto: komu pomagacie, w czym i w jaki sposób.

Dane kontaktowe do publikacji [wymagane]

Telefon, e-mail, adres, godziny pracy, lokalizacje i linki społecznościowe.

Osoba podejmująca ostateczną decyzję [wymagane]

Jedna osoba zatwierdzająca zakres, teksty, wygląd i publikację.

2. Główny cel

Najważniejsza rola strony - wybierz jedną [wymagane]

☐ Pozyskiwanie zapytań	☐ Umawianie konsultacji lub wizyt
☐ Prezentacja oferty	☐ Budowanie wiarygodności

☐ Promocja produktu lub wydarzenia	☐ Rekrutacja
☐ Portfolio / realizacje	☐ Inna - opiszę poniżej

Jedno najważniejsze działanie użytkownika [wymagane]

Np. zadzwonić, wysłać formularz, umówić spotkanie, odwiedzić placówkę albo pobrać dokument.

Po czym poznamy, że strona działa? [wymagane]

Wskaż mierzalny efekt lub zmianę, którą strona ma wywołać.

CZĘŚĆ A - CIĄG DALSZY

Odbiorcy i kontekst decyzji

Główna grupa odbiorców [wymagane]

Kto podejmuje decyzję? Osoba prywatna czy firma, branża, rola, lokalizacja i sytuacja.

Z jakim problemem lub potrzebą trafia na stronę? [wymagane]

Co musi zobaczyć, żeby zaufać i wykonać główne działanie? [wymagane]

Najczęstsze pytania i obiekcje klientów [wymagane]

Strony konkurencji lub alternatywy, które klient może porównywać [opcjonalne]

Wklej linki i dopisz krótko, co robią dobrze lub źle.

CZĘŚĆ A - WYPEŁNIA KLIENT

Oferta, treść i wiarygodność

3. Oferta

Najważniejsza usługa lub produkt [wymagane]

Co ma być najbardziej widoczne i dlaczego?

Pozostałe usługi lub produkty w kolejności ważności [wymagane]

Maksymalnie 6 pozycji. Jeśli oferta jest większa, dołącz katalog lub arkusz.

Czego firma nie oferuje albo jakich zapytań nie chce otrzymywać? [opcjonalne]

Czy pokazujemy ceny? [wymagane]

☐ Tak - pełny cennik	☐ Tak - ceny od lub widełki
☐ Nie - wycena indywidualna	☐ Do ustalenia

Źródło prawdy o ofercie [wymagane]

Wskaż jeden nadrzędny dokument lub folder. Opiekun nie powinien łączyć sprzecznych wersji.

4. Dowody i zaufanie

Najważniejsze przewagi firmy [wymagane]

Wybierz 3 konkretne różnice: doświadczenie, specjalizacja, metoda, dostępność, technologia lub sposób obsługi.

Fakty i liczby możliwe do opublikowania [wymagane]

Np. lata doświadczenia, liczba realizacji, lokalizacje, wyniki i certyfikaty. Tylko dane potwierdzone.

Referencje, realizacje, klienci i partnerzy [opcjonalne]

Podaj linki do plików i zaznacz, do których materiałów macie zgodę na publikację.

CZĘŚĆ A - WYPEŁNIA KLIENT

Marka, wygląd i materiały wizualne

Charakter komunikacji - wybierz maksymalnie trzy [wymagane]

☐ Ekspercki	☐ Prosty i bezpośredni
☐ Przyjazny	☐ Spokojny i opiekuńczy
☐ Premium	☐ Techniczny
☐ Odważny	☐ Formalny / instytucjonalny

Jakie wrażenie ma robić strona? [wymagane]

Uzupełnij zdanie: „Po wejściu na stronę odbiorca powinien pomyśleć, że...”

Strony, które się podobają **[wymagane]**

Wklej 2-4 linki. Przy każdym napisz, co dokładnie się podoba: układ, zdjęcia, prostota, kolor, animacje czy sposób pokazania oferty.

Czego wizualnie należy unikać? *[opcjonalne]*

Kolory, fonty i zasady marki *[opcjonalne]*

Jeśli istnieje księga znaku, umieść ją w folderze 01_MARKA.

Lista przekazanych zdjęć i informacja o prawach do publikacji **[wymagane]**

Wymień kategorie zdjęć, autora/źródło oraz status zgody. Nie przysyłaj obrazów pobranych z internetu bez licencji.

Czy dopuszczalne są zdjęcia stockowe lub grafiki generowane? *[opcjonalne]*

Wskaż ograniczenia branżowe i preferowany styl.

CZĘŚĆ A - WYPEŁNIA KLIENT

Zakres, funkcje i publikacja

Zakres strony **[wymagane]**

☐ Jedna strona typu one page	☐ Strona główna + podstrony
☐ Landing page kampanii	☐ Odświeżenie istniejącej strony
☐ Wersja w więcej niż jednym języku	☐ Jeszcze nie wiem

Potrzebne elementy [wymagane]

Zaznacz wszystkie potrzebne elementy. Integracje opisz niżej.

☐ Formularz kontaktowy	☐ Telefon i e-mail jako CTA
☐ Mapa / lokalizacje	☐ Rezerwacja spotkań lub wizyt
☐ Newsletter	☐ Opinie / referencje
☐ Zespół / eksperci	☐ Realizacje / case studies
☐ Cennik	☐ FAQ
☐ Pliki do pobrania	☐ Analityka

Integracje i systemy zewnętrzne [opcjonalne]

Np. Calendly, Booksy, CRM, newsletter, system rekrutacyjny, Google Maps, formularz lub analityka.

Języki strony i źródło tłumaczeń [wymagane]

Planowana domena i obecny hosting [wymagane]

Podaj adres, operatora domeny/hostingu i osobę mającą dostęp. Nie wpisuj hasła w tym dokumencie.

Adres e-mail, na który mają trafiać formularze [opcjonalne]

CZĘŚĆ A - OSTATNI ETAP

Treści prawne i zatwierdzenie

Materiały prawne [wymagane]

Treści prawne powinny zostać przygotowane lub zatwierdzone przez klienta albo jego doradcę.

☐ Polityka prywatności jest gotowa	☐ Polityka cookies jest gotowa
☐ Potrzebny jest baner zgód	☐ Wymagany jest regulamin
☐ Są wymagane zastrzeżenia branżowe	☐ Materiały prawne są jeszcze do przygotowania

Dane firmy do stopki i dokumentów prawnych [wymagane]

Pełna nazwa, adres, NIP/KRS, e-mail i inne wymagane dane.

Sformułowania obowiązkowe lub zakazane [opcjonalne]

Dotyczy zwłaszcza branż medycznych, finansowych, prawnych i regulowanych.

Uwagi, ograniczenia i ważne informacje dla wykonawcy [opcjonalne]

POTWIERDZENIE I ZGODA KLIENTA

- ☐ Potwierdzam aktualność informacji, prawo do materiałów i zgodę na ich wykorzystanie w przygotowaniu oraz publikacji strony internetowej.
- ☐ Wyrażam zgodę na kontakt w sprawie przygotowania i realizacji projektu.
Potwierdzam zapoznanie się z Polityką prywatności Step Change IT Europe.

Imię i nazwisko:

Data:

Podpis / potwierdzenie:

CZĘŚĆ B - TYLKO DO UŻYTKU WEWNĘTRZNEGO

Checklista opiekuna projektu

Opiekun nie ocenia, czy odpowiedź brzmi ładnie. Sprawdza, czy jest jednoznaczna, aktualna, zatwierdzona i wystarczająca do wykonania strony bez zgadywania.

Kontrola materiałów

Jeden nadrzędny folder projektu jest dostępny	☐ Tak ☐ Nie ☐ Nie dotyczy Uwagi:
Brief ma właściciela i jedną osobę decyzyjną	☐ Tak ☐ Nie ☐ Nie dotyczy Uwagi:
Logo ma poprawny format i czytelną wersję jasną/ciemną	☐ Tak ☐ Nie ☐ Nie dotyczy Uwagi:
Zdjęcia są oryginalne i mają potwierdzone prawa	☐ Tak ☐ Nie ☐ Nie dotyczy Uwagi:

Oferta ma jedną aktualną wersję źródłową	☐ Tak ☐ Nie ☐ Nie dotyczy Uwagi:
Referencje, liczby i claims są potwierdzone	☐ Tak ☐ Nie ☐ Nie dotyczy Uwagi:
Teksty prawne mają właściciela po stronie klienta	☐ Tak ☐ Nie ☐ Nie dotyczy Uwagi:

Kontrola decyzji

Jest jeden główny cel i jedno główne CTA	☐ Tak ☐ Nie ☐ Nie dotyczy Uwagi:
Główna grupa odbiorców jest jasno opisana	☐ Tak ☐ Nie ☐ Nie dotyczy Uwagi:
Priorytet usług i sekcji jest uzgodniony	☐ Tak ☐ Nie ☐ Nie dotyczy Uwagi:
Zakres językowy jest zamknięty	☐ Tak ☐ Nie ☐ Nie dotyczy Uwagi:
Integracje są opisane i mają właściciela dostępu	☐ Tak ☐ Nie ☐ Nie dotyczy Uwagi:
Domena, hosting i sposób publikacji są ustalone	☐ Tak ☐ Nie ☐ Nie dotyczy Uwagi:
Termin jest realny względem braków i akceptacji	☐ Tak ☐ Nie ☐ Nie dotyczy Uwagi:

Czerwone flagi

Sygnal	Działanie opiekuna
Kilka osób zatwierdza osobno	Wyznacz jedną osobę zbierającą i konsolidującą uwagi.
Sprzeczne wersje oferty lub tekstów	Wstrzymaj start i poproś o jedną wersję APPROVED.
Zdjęcia bez potwierdzonych praw	Nie przekazuj do publikacji; poproś o zamiennik albo licencję.
Sklep, płatności, konto użytkownika, logowanie	Oznacz jako zakres niestandardowy i skieruj do osobnej wyceny.
Brak treści prawnych lub zgód	Wskaż właściciela po stronie klienta; nie twórz porad prawnych.
Termin oparty na niekompletnych materiałach	Podaj nowy termin liczony od dnia zamknięcia braków.

Karta gotowości projektu

Status projektu - wybierz jeden [wymagane]

☐ GOTOWE - można rozpocząć realizację	☐ BRAKI - oczekujemy na materiały lub decyzje
☐ PRZYGOTOWANIE - potrzebny etap copy/marka/zdjęcia	☐ NIESTANDARDOWE - potrzebna osobna wycena

Potwierdzony zakres strony [wymagane]

Typ strony, lista podstron/sekcji, języki, formularze i integracje.

Lista braków z właścicielem i terminem [opcjonalne]

Format: brak - osoba odpowiedzialna - termin - status.

Linki produkcyjne [wymagane]

Folder materiałów, brief, dokument nadrzędny z treścią, dostęp do projektu i inne źródła.

Kryteria odbioru [wymagane]

Co musi działać i być widoczne, aby pierwsza wersja została uznana za kompletną?

Plan kontaktu i akceptacji [wymagane]

Osoba decyzyjna, kanał kontaktu, termin na zbiorcze uwagi i planowana data publikacji.

WARUNEK STARTU

Realizacja zaczyna się dopiero po zamknięciu krytycznych braków. Jeśli coś ma zostać przyjęte jako założenie, musi być zapisane w tej karcie i zaakceptowane przez osobę decyzyjną.

Opiekun projektu:

Data przekazania: Status: