



Nina Skotnicka

Usługi z zakresu marketingu cyfrowego

NIP: 7394024456

1. Cel dokumentu

Dokument określa podstawowe obszary usług oraz sposób realizacji zleceń z zakresu marketingu cyfrowego, tworzenia treści, materiałów foto i wideo, komunikacji marki oraz działań promocyjnych w mediach społecznościowych.

Celem dokumentu jest uporządkowanie zasad współpracy przed rozpoczęciem realizacji, wskazanie informacji potrzebnych do wykonania zlecenia oraz przedstawienie klientowi kolejnych czynności związanych z przygotowaniem materiałów.

Dokument ma charakter informacyjny i organizacyjny. Szczegółowy zakres prac, terminy oraz forma przekazania materiałów są każdorazowo ustalane indywidualnie.

2. Obszary realizowanych usług

2.1. Komunikacja marki w mediach społecznościowych

Usługa obejmuje prowadzenie i opracowywanie komunikacji marki w kanałach społecznościowych. W zależności od ustaleń może obejmować przygotowanie treści publikacji, harmonogramów, opisów, komunikatów, propozycji tematów oraz materiałów przeznaczonych do publikacji.

Efektem realizacji mogą być między innymi:

1. treści postów,
2. opisy do rolek,
3. propozycje tematów publikacji,
4. harmonogram publikacji,
5. komunikaty informacyjne,
6. treści promocyjne,

7. teksty dopasowane do charakteru marki.

2.2. Materiały fotograficzne

Usługa obejmuje przygotowanie materiałów fotograficznych przeznaczonych do komunikacji marki, prezentacji produktów, kolekcji, usług lub procesu pracy.

Zakres może obejmować:

1. opracowanie koncepcji zdjęć,
2. przygotowanie aranżacji lub kompozycji,
3. wykonanie zdjęć,
4. selekcję ujęć,
5. retusz,
6. korekcję kolorystyczną,
7. przygotowanie plików do publikacji.

Materiały fotograficzne mogą dotyczyć produktów, detali, kolekcji, aranżacji, przestrzeni, procesu realizacji albo elementów identyfikujących charakter działalności klienta.

2.3. Materiały wideo i krótkie formy filmowe

Usługa obejmuje przygotowanie krótkich materiałów wideo przeznaczonych do publikacji internetowej, w szczególności w mediach społecznościowych.

Zakres może obejmować:

1. opracowanie koncepcji materiału,
2. przygotowanie scenariusza lub struktury nagrania,
3. wykonanie nagrań,
4. selekcję ujęć,
5. montaż,
6. przygotowanie napisów,
7. dopasowanie tempa materiału,
8. przygotowanie finalnego pliku do publikacji.

Materiały mogą mieć charakter produktowy, narracyjny, porównawczy, informacyjny, promocyjny albo wizerunkowy.

2.4. Rolki narracyjne z lektorem

Usługa obejmuje przygotowanie materiału wideo opartego na narracji lektorskiej. Tego rodzaju rolka może przedstawiać wybraną kolekcję, konkretny produkt, proces powstawania, zastosowane materiały, technologię wykonania, modyfikację, sposób użytkowania albo historię marki.

Zakres realizacji może obejmować:

1. opracowanie tematu materiału,
2. przygotowanie tekstu narracji,
3. dobór ujęć,
4. montaż materiału,
5. dopasowanie narracji do obrazu,
6. przygotowanie finalnej wersji do publikacji.

2.5. Rolki produktowe

Usługa obejmuje przygotowanie krótkiego materiału filmowego prezentującego produkt, jego cechy, detale, warianty, funkcje albo sposób użytkowania.

Celem rolki produktowej jest uporządkowane przedstawienie produktu w formie dostosowanej do komunikacji internetowej.

2.6. Rolki porównawcze

Usługa obejmuje przygotowanie materiału porównującego produkty, kolekcje, warianty wykonania, dostępne rozwiązania albo standardową wersję produktu z jego indywidualną modyfikacją.

Materiał może prezentować różnice w zakresie:

1. formy,
2. wymiarów,
3. funkcji,
4. wykończenia,

5. detali konstrukcyjnych,
6. sposobu użytkowania,
7. możliwych modyfikacji.

Celem realizacji jest czytelne przedstawienie różnic oraz uporządkowanie informacji istotnych dla odbiorcy.

2.7. Copywriting i opracowywanie treści

Usługa obejmuje tworzenie tekstów przeznaczonych do komunikacji marki, publikacji internetowych, opisów produktów, opisów kolekcji, materiałów informacyjnych, narracji lektorskich oraz treści promocyjnych.

Teksty są opracowywane z uwzględnieniem charakteru marki, grupy odbiorców, celu publikacji oraz kanału, w którym mają zostać wykorzystane.

2.8. Kampanie reklamowe

Usługa obejmuje przygotowywanie koncepcji, treści oraz materiałów do kampanii reklamowych prowadzonych w kanałach internetowych.

Zakres może obejmować:

1. określenie celu kampanii,
2. opracowanie komunikatu,
3. przygotowanie tekstów reklamowych,
4. przygotowanie materiałów graficznych lub wideo,
5. dostosowanie materiałów do wybranego kanału,
6. analizę podstawowych założeń kampanii.

2.9. Analiza komunikacji marki

Usługa obejmuje analizę sposobu prezentacji marki w internecie oraz opracowanie wniosków dotyczących dalszej komunikacji.

Analiza może dotyczyć:

1. spójności komunikatów,
2. jakości treści,

3. sposobu prezentacji produktów,
4. estetyki materiałów wizualnych,
5. języka komunikacji,
6. przejrzystości przekazu,
7. dopasowania treści do odbiorców.

3. Procedura realizacji zlecenia

3.1. Kontakt w sprawie zlecenia

Pierwszy kontakt może odbywać się telefonicznie, mailowo, poprzez formularz kontaktowy albo za pośrednictwem kanałów komunikacji wskazanych na stronie internetowej.

Podczas kontaktu określany jest ogólny charakter zapytania, rodzaj planowanej usługi oraz podstawowe potrzeby klienta.

3.2. Rozpoznanie potrzeb klienta

Przed rozpoczęciem prac ustalane są informacje potrzebne do prawidłowej realizacji zlecenia.

W zależności od rodzaju usługi mogą to być:

1. cel realizacji,
2. grupa odbiorców,
3. kanał publikacji,
4. charakter marki,
5. rodzaj produktu lub usługi,
6. oczekiwany format materiału,
7. termin wykonania,
8. zakres materiałów dostępnych po stronie klienta.

3.3. Ustalenie zakresu prac

Po rozpoznaniu potrzeb ustalany jest zakres działań, forma realizacji oraz sposób przekazania gotowych materiałów.

Zakres może obejmować pojedynczy materiał, serię publikacji, przygotowanie materiałów foto i wideo, opracowanie tekstów, montaż krótkiej formy filmowej albo szerszą obsługę komunikacji marki.

3.4. Przygotowanie materiałów przez klienta

Klient może zostać poproszony o przekazanie materiałów niezbędnych do wykonania zlecenia.

Mogą to być między innymi:

1. logo,
2. zdjęcia,
3. filmy,
4. opisy produktów,
5. informacje techniczne,
6. dane kontaktowe,
7. dotychczasowe materiały marketingowe,
8. wytyczne wizualne,
9. informacje o grupie odbiorców,
10. dostęp do wskazanych kanałów komunikacji, jeżeli jest wymagany do realizacji usługi.

3.5. Realizacja prac

Po ustaleniu zakresu i otrzymaniu niezbędnych materiałów wykonywane są prace zgodnie z ustaleniami.

W zależności od rodzaju zlecenia realizacja może obejmować:

1. przygotowanie koncepcji,
2. wykonanie zdjęć,
3. wykonanie nagrań,
4. przygotowanie aranżacji,
5. selekcję materiału,
6. montaż,

7. obróbkę,
8. przygotowanie tekstów,
9. opracowanie wersji roboczej,
10. przygotowanie wersji finalnej.

3.6. Przekazanie materiałów

Gotowe materiały są przekazywane w uzgodnionej formie, na przykład mailowo, poprzez link do plików, komunikator albo inny ustalony kanał.

Materiały mogą zostać przekazane w formacie przeznaczonym do publikacji w mediach społecznościowych albo w innym uzgodnionym zastosowaniu.

3.7. Omówienie realizacji

Po przekazaniu materiałów możliwe jest omówienie efektów oraz zakresu ewentualnych zmian.

Uwagi klienta powinny dotyczyć ustalonego zakresu zlecenia. Zmiana pierwotnych założeń, dodanie nowych materiałów albo rozszerzenie zakresu prac może wymagać odrębnych ustaleń.

3.8. Poprawki

Poprawki są wykonywane w zakresie uzgodnionym przed rozpoczęciem współpracy lub po przekazaniu materiału roboczego.

Poprawki mogą dotyczyć między innymi:

1. treści,
2. kolejności ujęć,
3. doprecyzowania komunikatu,
4. korekty opisu,
5. dostosowania formatu,
6. drobnych zmian w materiale wizualnym.

Poprawki wykraczające poza pierwotnie ustalony zakres mogą zostać potraktowane jako nowe zlecenie albo rozszerzenie dotychczasowej realizacji.

4. Zasady organizacyjne

4.1. Indywidualny zakres realizacji

Każde zlecenie jest ustalane indywidualnie. Zakres prac zależy od rodzaju usługi, liczby materiałów, stopnia złożoności, terminu, dostępności materiałów oraz oczekiwanego efektu końcowego.

4.2. Terminy

Termin realizacji ustalany jest przed rozpoczęciem prac. W przypadku materiałów wymagających zdjęć, nagrań lub przygotowania aranżacji termin może zależeć od dostępności miejsca, produktów, materiałów źródłowych oraz warunków potrzebnych do wykonania realizacji.

4.3. Forma realizacji

Usługi mogą być wykonywane zdalnie albo w siedzibie zleceniodawcy.

Prace tekstowe, montażowe, analityczne i koncepcyjne mogą być realizowane zdalnie. Zdjęcia, nagrania, aranżacje oraz dokumentacja procesu mogą wymagać realizacji w miejscu wskazanym przez klienta.

4.4. Materiały źródłowe

Klient odpowiada za przekazanie materiałów, informacji i danych niezbędnych do wykonania zlecenia, o ile są one wymagane przy danym rodzaju realizacji.

Niepełne albo opóźnione przekazanie materiałów może wpłynąć na termin realizacji.

4.5. Akceptacja materiałów

Materiały mogą być przekazywane do akceptacji w formie roboczej albo finalnej, zależnie od ustaleń.

Akceptacja materiału oznacza potwierdzenie, że materiał jest zgodny z ustalonym zakresem i może zostać wykorzystany zgodnie z przeznaczeniem.

4.6. Wykorzystanie materiałów

Gotowe materiały mogą być wykorzystane zgodnie z ustaleniami dokonanymi pomiędzy stronami.

Zakres wykorzystania materiałów, sposób publikacji oraz ewentualne oznaczenia są ustalane indywidualnie, w zależności od charakteru zlecenia.

4.7. Poufność

Informacje przekazane przez klienta w związku z realizacją zlecenia są wykorzystywane wyłącznie w celu wykonania ustalonych prac.

Dane, materiały robocze, informacje o produktach, procesach lub planowanych działaniach klienta nie są publikowane bez zgody klienta.

5. Przykładowe efekty realizacji

W zależności od zakresu zlecenia efektem prac mogą być między innymi:

1. zdjęcia produktowe,
2. zdjęcia kolekcji w aranżacji,
3. krótkie materiały wideo,
4. rolki narracyjne z lektorem,
5. rolki produktowe,
6. rolki porównawcze,
7. teksty do publikacji,
8. opisy produktów,
9. opisy kolekcji,
10. scenariusze materiałów wideo,
11. materiały do kampanii reklamowych,
12. analiza komunikacji marki,
13. harmonogram publikacji,
14. materiały przygotowane do publikacji w mediach społecznościowych.

6. Kontakt

W sprawie planowanego zlecenia można skontaktować się telefonicznie, mailowo, poprzez formularz kontaktowy dostępny na stronie internetowej albo za pośrednictwem kanałów komunikacji wskazanych na stronie.

Scotti Nina Skotnicka

Telefon: + 48 724 264 725

E-mail: n.skotnicka27@gmail.com