



Nina Skotnicka

Usługi z zakresu marketingu cyfrowego

NIP: 7394024456

1. Cel dokumentu

Dokument określa zasady przekazywania informacji, materiałów źródłowych, uwag oraz akceptacji w ramach realizacji usług marketingowych.

Celem dokumentu jest uporządkowanie komunikacji pomiędzy klientem a wykonawcą, wskazanie informacji potrzebnych do prawidłowego przygotowania treści oraz określenie sposobu konsultowania materiałów przed ich publikacją lub przekazaniem w wersji finalnej.

Dokument ma charakter informacyjny i organizacyjny. Szczegółowy zakres prac, terminy, liczba materiałów, sposób akceptacji oraz forma przekazania gotowych plików są ustalane indywidualnie.

2. Materiały własne i materiały przekazane przez klienta

Usługi marketingowe mogą być realizowane zarówno na podstawie materiałów przygotowywanych samodzielnie przez firmę Scotti Nina Skotnicka, jak i na podstawie materiałów źródłowych przekazanych przez klienta.

Podstawowym założeniem realizacji jest samodzielne opracowanie finalnych materiałów marketingowych. Może ono obejmować przygotowanie koncepcji, wykonanie zdjęć, wykonanie nagrań, ustawienie aranżacji, opracowanie tekstów, przygotowanie narracji, montaż, selekcję ujęć, retusz, korekcję kolorystyczną oraz dostosowanie finalnych plików do publikacji.

Materiały przekazane przez klienta mogą stanowić punkt odniesienia, źródło informacji, element identyfikacji wizualnej albo składnik wykorzystywany przy realizacji. Nie oznacza to jednak, że klient musi posiadać gotowe zdjęcia, filmy, teksty lub projekty. W wielu przypadkach finalne materiały są przygotowywane od podstaw w ramach zlecenia.

3. Informacje potrzebne do rozpoczęcia prac

Przed rozpoczęciem realizacji potrzebne mogą być informacje pozwalające prawidłowo określić charakter materiału, cel komunikacji oraz sposób prezentacji marki, produktu lub usługi.

W zależności od rodzaju zlecenia klient może zostać poproszony o przekazanie:

1. nazwy firmy, marki, produktu, usługi lub kolekcji,
2. podstawowych informacji o działalności,
3. informacji o produkcie, kolekcji, usłudze lub procesie,
4. danych technicznych, wymiarów, wariantów, cech lub parametrów,
5. informacji o grupie odbiorców,
6. celu przygotowywanego materiału,
7. kanału publikacji,
8. oczekiwanego terminu realizacji,
9. informacji o dostępności produktu, miejsca, przestrzeni lub osoby potrzebnej do wykonania zdjęć albo nagrań,
10. elementów identyfikacji wizualnej, takich jak logo, kolory firmowe lub podstawowe wytyczne graficzne,
11. informacji o promocjach, cenach, dostępności lub zasadach sprzedaży, jeżeli mają zostać wykorzystane w materiale,
12. dostępów do profili, kont reklamowych lub innych narzędzi, jeżeli są niezbędne do wykonania ustalonej usługi.

Przekazywane informacje służą przygotowaniu materiału zgodnego z rzeczywistym charakterem działalności klienta. Ich celem nie jest zastąpienie pracy twórczej, lecz umożliwienie rzetelnego opracowania treści, zdjęć, nagrań lub komunikatów.

4. Materiały źródłowe od klienta

Klient może przekazać materiały źródłowe, jeżeli posiada elementy przydatne przy realizacji zlecenia.

Mogą to być między innymi:

1. logo,
2. dotychczasowe zdjęcia,

3. dotychczasowe filmy,
4. opisy produktów lub usług,
5. katalogi,
6. materiały techniczne,
7. wcześniejsze publikacje,
8. wytyczne dotyczące komunikacji,
9. pliki graficzne,
10. materiały identyfikacji wizualnej.

Materiały źródłowe przekazane przez klienta są wykorzystywane w zakresie potrzebnym do wykonania zlecenia. Mogą zostać użyte jako informacja, inspiracja, uzupełnienie realizacji albo element wymagający dalszego opracowania.

Jeżeli jakość przekazanych plików nie pozwala na ich profesjonalne wykorzystanie, możliwe jest przygotowanie nowych zdjęć, nagrań, treści lub elementów wizualnych w ramach ustalonego zakresu prac.

5. Samodzielne wykonanie zdjęć, nagrań i treści

W przypadku zleceń wymagających stworzenia nowych materiałów prace mogą obejmować samodzielne wykonanie zdjęć, nagrań, aranżacji oraz opracowanie treści od podstaw.

Dotyczy to w szczególności:

1. zdjęć produktów,
2. zdjęć kolekcji w przygotowanej aranżacji,
3. nagrań produktowych,
4. nagrań procesu pracy,
5. rolek narracyjnych,
6. rolek produktowych,
7. rolek porównawczych,
8. tekstów do publikacji,
9. opisów produktów lub kolekcji,
10. narracji lektorskich,

11. komunikatów reklamowych,

12. materiałów przeznaczonych do kampanii internetowych.

Samodzielne przygotowanie materiałów pozwala zachować spójność wizualną, kontrolę nad jakością, właściwy dobór ujęć oraz dopasowanie treści do celu komunikacji.

6. Dostęp do produktu, miejsca lub przestrzeni realizacji

Jeżeli wykonanie zlecenia wymaga przygotowania zdjęć, nagrań, aranżacji lub dokumentacji procesu, klient powinien zapewnić dostęp do produktu, miejsca albo przestrzeni, w której materiał ma zostać wykonany.

Może to dotyczyć między innymi:

1. produktu lub kolekcji,
2. miejsca ekspozycji,
3. siedziby firmy,
4. przestrzeni produkcyjnej,
5. magazynu,
6. biura,
7. miejsca realizacji usługi,
8. osób, które mają wystąpić w materiale,
9. elementów potrzebnych do przygotowania aranżacji.

Termin wykonania zdjęć lub nagrań zależy od dostępności miejsca, produktu, warunków organizacyjnych oraz wcześniejszych ustaleń.

7. Poprawność informacji

Materiały marketingowe są przygotowywane na podstawie informacji przekazanych przez klienta, własnej realizacji materiałów oraz ustaleń dokonanych przed rozpoczęciem lub w trakcie prac.

Klient odpowiada za poprawność i aktualność informacji dotyczących własnej oferty, w szczególności nazw produktów, danych technicznych, wymiarów, cen, promocji, dostępności, wariantów, zasad sprzedaży, terminów realizacji oraz innych informacji handlowych.

Jeżeli określone dane mają szczególne znaczenie, powinny zostać przekazane w jednoznacznej formie przed przygotowaniem materiału.

8. Materiał roboczy do konsultacji

W zależności od rodzaju zlecenia klient może otrzymać materiał roboczy do konsultacji.

Materiałem roboczym może być między innymi:

1. szkic tekstu,
2. propozycja narracji,
3. wersja montażowa rolki,
4. wybór ujęć,
5. propozycja opisu,
6. projekt komunikatu reklamowego,
7. układ publikacji,
8. wstępna wersja materiału fotograficznego lub wideo.

Konsultacja materiału roboczego służy doprecyzowaniu kierunku realizacji przed przygotowaniem wersji finalnej.

9. Zgłaszanie uwag

Uwagi do materiałów powinny być przekazywane w sposób konkretny i uporządkowany.

W przypadku tekstów warto wskazać fragment wymagający zmiany. W przypadku materiałów wideo warto wskazać konkretny moment nagrania, ujęcie, napis, kolejność scen lub element montażu. W przypadku zdjęć warto wskazać kadr, detal, kolorystykę, kompozycję lub zakres obróbki.

Uwagi mogą dotyczyć między innymi:

1. doprecyzowania treści,
2. korekty informacji,
3. tonu komunikacji,
4. kolejności ujęć,
5. wyboru zdjęcia,
6. wyboru fragmentu nagrania,

7. korekty napisu,
8. dostosowania formatu,
9. uzupełnienia danych,
10. drobnych zmian wizualnych.

Uwagi powinny dotyczyć ustalonego zakresu realizacji. Zmiana głównego założenia, dodanie nowych ujęć, wykonanie kolejnej sesji zdjęciowej, nagranie dodatkowego materiału albo opracowanie nowej koncepcji może wymagać odrębnych ustaleń.

10. Akceptacja materiałów

Akceptacja materiału oznacza potwierdzenie, że przygotowana treść, zdjęcie, film, rolka, opis, narracja, projekt lub inny element realizacji może zostać wykorzystany zgodnie z ustalonym przeznaczeniem.

Akceptacja może zostać przekazana mailowo, telefonicznie, przez formularz kontaktowy, komunikator albo inny uzgodniony kanał kontaktu.

Po akceptacji materiału zmiany wykraczające poza wcześniej zgłoszone uwagi mogą wymagać dodatkowych ustaleń, szczególnie jeżeli oznaczają zmianę koncepcji, przygotowanie nowej wersji, wykonanie nowych zdjęć lub nagrań albo rozszerzenie pierwotnego zakresu prac.

11. Terminy przekazywania informacji i akceptacji

Informacje, uwagi oraz decyzje powinny być przekazywane w terminie umożliwiającym prawidłową realizację zlecenia.

Jeżeli klient nie przekaze informacji, dostępów, decyzji lub akceptacji w ustalonym czasie, termin realizacji może ulec odpowiedniemu przesunięciu.

W przypadku braku danych koniecznych do przygotowania materiału realizacja może zostać czasowo wstrzymana do momentu ich uzupełnienia albo wykonana w zakresie możliwym na podstawie dotychczasowych ustaleń.

12. Przekazanie wersji finalnej

Po zakończeniu prac gotowe materiały są przekazywane w ustalonej formie.

Może to nastąpić między innymi:

1. mailowo,

2. przez link do pobrania plików,
3. przez komunikator,
4. przez udostępniony folder,
5. poprzez publikację w ustalonym kanale,
6. w inny uzgodniony sposób.

Materiały przeznaczone do mediów społecznościowych mogą zostać przygotowane w formatach dostosowanych do wybranych platform.

13. Podsumowanie

Sprawne przekazywanie informacji, materiałów źródłowych, uwag i akceptacji ma bezpośredni wpływ na prawidłową realizację zlecenia.

Finalne materiały mogą powstawać zarówno z wykorzystaniem elementów przekazanych przez klienta, jak i na podstawie samodzielnie przygotowanych zdjęć, nagrań, treści, aranżacji, montażu i obróbki. Zakres ten jest ustalany indywidualnie, w zależności od rodzaju zlecenia oraz potrzeb komunikacyjnych marki.

14. Kontakt

W sprawach dotyczących przygotowania, konsultacji lub akceptacji materiałów 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