



Checklista

JAK W 10 MINUT OCENIĆ
WIZERUNEK SWOJEJ
FIRMY?

Twój produkt to Twoje serce, ale czy Twoja marka opowiada tę historię tak, jak powinna? Zrób szybki audyt i zobacz, czy wszystkie elementy układanki pasują do siebie.

- **Autentyczność wizualna.**

Spójrz na swoje zdjęcia w mediach społecznościowych i na stronie internetowej. Czy pokazują one nie tylko gotowy produkt, ale też jego duszę? Czy widać na nich kulisy Twojej pracy, Twoje ręce w trakcie tworzenia? Pokaż proces, bo to on świadczy o pasji i jakości.

- **Spójność w identyfikacji.**

Przeanalizuj swoje logo, kolory i czcionki. Czy są one spójne na wszystkich platformach — od wizytówki, przez Instagram, po baner na Facebooku? Chaos wizualny dezorientuje i sprawia, że marka wydaje się nieprofesjonalna.

- **Siła storytellingu.**

Jak opowiadasz historię swojej marki? Czy w opisach produktów używasz języka, który porusza emocje i pozwala klientowi poczuć, że kupuje coś unikalnego, a nie masowego? Opowiedz, dlaczego robisz to, co robisz i co Cię inspiruje.

- **Wizytówka online.**

Jaką historię opowiada Twój opis na Instagramie czy na Facebooku?

Czy jest on jasny i konkretny, czy ogólny? Czy Twoje Bio od razu daje do zrozumienia, czym się zajmujesz i jak możesz pomóc klientom?

Czy posiadasz tzw. posty “przypięte” które opowiadają o tym czym się zajmujesz?

Jak prezentuje się Twój baner?

- **Opinie i dowody społeczne.**

Czy Twoi klienci dzielą się swoją opinią? A jeśli tak, czy je pokazujesz? Ludzie ufają innym ludziom, a szczerze recenzje to najpotężniejsza forma reklamy.

Podsumowanie:

Twoja marka jest jak dzieło sztuki – wymaga dbałości o każdy szczegół. Wykorzystaj tę checklistę, aby odkryć, co możesz ulepszyć, aby przyciągać więcej idealnych klientów.

Odpowiedz sobie szczerze jeszcze raz na poniższe pytania:

- Czy zdjęcia Twoich produktów (kwiatów, ceramiki, biżuterii) oddają ich autentyczne piękno i unikalność?
- Czy logo na Twojej stronie i w mediach społecznościowych jest czytelne i spójne?
- Czy nazwa Twojej firmy i jej opis wzbudzają ciekawość i poruszają wyobraźnię klienta?

- Czy na Twoim Instagramie i Facebooku widać "kulisowe" zdjęcia z procesu tworzenia?
- Czy język, którym się posługujesz (np. w opisach bukietów, produktów) jest spójny z wartościami, które reprezentujesz?

Ćwiczenie: Wizualny audyt „Oczami klienta”

Pora na mały eksperyment. Zamiast patrzeć na swoją markę jak jej twórca, spójrz na nią jak zupełnie nowy klient. To proste ćwiczenie pomoże Ci dostrzec to, co mogło Ci umknąć.

1. Otwórz swoje konto na Instagramie (lub na innym kanale, który jest Twoim głównym) i zrób zrzut ekranu swojej "siatki" – czyli pierwszych dziewięciu postów.
2. Spójrz na zrzut ekranu. Odsuń się od komputera i zadaj sobie następujące pytania, nie analizując, tylko czując:

- Jaka jest pierwsza emocja, która Ci się pojawia? Czy to radość, spokój, ciekawość, czy może chaos?
- Czy wiesz, co sprzedaję w 3 sekundy? Czy widać od razu, że to kwaciarnia, biżuteria czy ceramika?
- Jaka historia lub opowieść dominuje na profilu? Czy widać w nim duszę, czy tylko produkty?

Jeśli odpowiedź na którekolwiek z pytań nie jest satysfakcjonująca, wiesz już, na czym możesz się skupić. To ćwiczenie pokaże Ci, jak widzisz Cię Twój potencjalny klient i co możesz poprawić, by Twój wizerunek był jeszcze lepszy.

Dziękuję



Gratulacje!

Właśnie zrobiłaś pierwszy krok.

To ćwiczenie to tylko początek Twojej drogi. Pamiętaj, że budowanie marki nie musi być trudne ani samotne. Wystarczy, że wiesz, od czego zacząć.

Jeśli chcesz więcej takich praktycznych porad, inspiracji i historii, które pomogą Ci rozwijać biznes z duszą, dołącz do mojej społeczności!

Zostańmy w kontakcie!

- Śledź mnie na Instagramie:



- Odwiedź mój blog: [Twój link do bloga]

- Dołącz do mojej społeczności na Facebooku:

