

CHECKLISTA SPRAWDZANIA JAKOŚCI NAPISANEGO TEKSTU

Czy tekst jest spójny?

Treść spełnia obietnicę zawartą w nagłówku lub wcześniejszego call to action

Odbiorca otrzymał wartość, na którą chciał poświęcić swój czas

Czy tekst ciekawie się czyta?

Czytając tekst rozumiemy narrację

Wątki płynnie i logicznie przechodzą w kolejne, bez urwanych historii

Po przeczytaniu nagłówka lub akapitu, mam ochotę dowiedzieć się, co jest dalej

Czy tekst jest przyjemny i prosty w odbiorze?

Brak niezrozumiałego żargonu

Specjalistyczne słowa są użyte świadomie i wyjaśnione odpowiednio do poziomu odbiorców

Formatowanie tekstu ułatwia czytanie i zachęca do lektury

Czy tekst przekonuje do wykonania akcji?

Tekst zawiera wystarczającą ilość argumentów potrzebnych do podjęcia decyzji o wykonaniu akcji

Tekst zawiera różne powody i motywacje do wykonania akcji

Czy tekst jest odpowiedni dla grupy docelowej?

Tekst zawiera odniesienia do sytuacji / problemu lub kontekstu, w których znajduje się odbiorca

Odbiorca czuje, że tekst go dotyczy

Tekst nie jest uniwersalny dla wszystkich

Czy tekst jest konkretny?

Tekst i cała jego zawartość nie pozostawia miejsca na interpretację i każdy, kto go czyta ma w głowie ten sam obraz

Odbiorca nie musi się domyślać, co oznacza treść, od razu wie, o co chodzi bez analizowania

Czy tekst zawiera tylko potrzebne elementy?

W tekście są wyłącznie elementy potrzebne do realizacji celu tekstu - wykonania konkretnego call to action

Z tekstu usunięto zbędne wtrącenia, dygresje i historie odbiegające od meritum

WAŻNE:

Pamiętaj, aby zrobić przerwę pomiędzy pisaniem tekstu, a jego sprawdzaniem i redakcją!

Dla krótkich tekstów (wpisy social media, emaile) zrób min. 1 h przerwy. Dla długich tekstów (blog, strona sprzedażowa) odczekaj min. 1 dzień.