AIMarketing.pl

Brief kampanii — instrukcja, wzór i przykład

Dokument do przygotowania briefu dla wykonawcy: instrukcja, pusty wzór w 14 sekcjach, dwa prompty, karta kontroli i pełny przykład fikcyjnej pracowni meblarskiej Kąt. Przykład prowadzi do wstrzymania przekazania briefu, ponieważ nie zapisano akceptacji jego finalnej wersji. DOCX służy do edycji, a PDF do czytania i udostępniania tej samej treści.

Wynikiem pracy jest brief porównany z materiałami wejściowymi oraz zapisana decyzja o jego przekazaniu albo poprawie. Dokument nie zastępuje wyceny, umowy, planu emisji ani oceny skuteczności kampanii.

DANE WEJŚCIOWE
Zbierz informacje o ofercie, celu, odbiorcy, kanałach, zakresie prac, ograniczeniach, budżecie, terminach i odpowiedzialności. Dołącz materiały potwierdzające obietnice oraz prawa do wykorzystania zdjęć. Każdej notatce nadaj identyfikator, wersję i wskaż autora lub osobę zatwierdzającą. Zapisuj daty decyzji, gdy są dostępne; nie dopisuj ich z pamięci. Nie przesyłaj danych osobowych klientów ani informacji poufnych bez sprawdzenia zasad firmy i uprawnień do ich przekazania.

ZNACZENIE PÓL
Treść: jedna informacja lub decyzja, którą wykonawca ma wykorzystać. Status: FAKT oznacza informację zatwierdzoną przez właściwą osobę; PROPOZYCJA oznacza pomysł oczekujący na decyzję; BRAK oznacza niewiadomą lub nierozstrzygniętą sprzeczność. Źródło: identyfikator notatki i krótki, dosłowny cytat potwierdzający wpis. Zatwierdzenie: osoba, wersja i data decyzji, jeśli ją zapisano. Przy propozycji lub braku wskaż osobę odpowiedzialną za odpowiedź i termin jej uzyskania. Jeśli osoby lub terminu nie ustalono, wpisz BRAK. Rozbij informacje o różnych statusach na osobne wpisy. Zatwierdzenie informacji przez firmę nie zastępuje dowodu obietnicy reklamowej.

Nową propozycję oznacz jako redakcyjną, bez źródła w notatkach. Możesz wskazać cytat ograniczający jej zastosowanie, ale nie przedstawiaj go jako źródła gotowego pomysłu. Przy BRAKU wynikającym z nieobecności informacji podaj zakres przejrzanych notatek; nie wymyślaj cytatu. Gdy istotna jest znana rola osoby, przytocz fragment ją potwierdzający. Dla pytań o istniejącą treść podaj cytat będący podstawą pytania.

JEDNOSTKI I PUSTE POLA
Budżet zapisuj z walutą, oznaczeniem netto albo brutto i zakresem. Czas konsultacji podawaj w minutach, dostępność w konsultacjach na tydzień, a terminy z rokiem. Proporcje grafiki, np. 1:1 i 9:16, nie określają wymiarów w pikselach. Puste miejsca we wzorze służą do uzupełnienia. W gotowym briefie wpisz BRAK i pytanie albo „nie dotyczy” z uzasadnieniem. Brak celu liczbowego nie uprawnia do dopisania prognozy. Nie dziel i nie przeliczaj zatwierdzonego budżetu.

KOLEJNOŚĆ PRACY
1. Zbierz i oznacz materiały wejściowe. Oddziel aktualne decyzje od starszych propozycji; zachowaj historię zmian.
2. Wklej prompt A z sekcji 13, a pod nim notatki dostępne na tym etapie. W przykładzie są to wyłącznie N1–N4. Poproś o pytania, nie o brief. Nie przekazuj późniejszych uzupełnień ani uwag do dokumentu, który jeszcze nie powstał.

3. Porównaj wykaz pytań z notatkami. Dopisz pominięte kwestie. Sprawdź cytaty oraz to, czy model nie wymyślił osób, terminów lub problemów. O wpływie braku na dalszą pracę decyduje człowiek. Rejestr A w sekcji 12 pokazuje stan przed odpowiedziami.
4. Zbierz odpowiedzi właściwych osób i zapisz je jako nowe notatki. W przykładzie są to N5–N6. Osobno zapisz rozstrzygnięcia rejestru A i przygotuj rejestr wejściowy do etapu B. Przed etapem B rozstrzygnij braki potrzebne do sporządzenia dokumentu, zwłaszcza dotyczące oferty, zakresu, budżetu, terminów i odpowiedzialności. Akceptacja finalnego briefu następuje dopiero po jego przygotowaniu i kontroli.
5. Wklej prompt B, pełne aktualne notatki z uzupełnieniami, wyłącznie rejestr wejściowy do etapu B oraz pusty wzór 14 sekcji. W przykładzie użyj N1–N6 i rejestru R1–R6 z sekcji 12. Nie dołączaj uwag B1–B6: powstają dopiero przy kontroli przygotowanej wersji KAT-BRIEF-01.
6. Porównaj każde pole odpowiedzi z cytatem i całym kontekstem notatki. Sam identyfikator źródła nie dowodzi zgodności. Usuń dopiski bez pokrycia albo oznacz je jako propozycje redakcyjne. Zapisz uwagi do istniejącej wersji osobno; w przykładzie to B1–B6.
7. Wypełnij kartę kontroli w sekcji 14. Uzyskaj akceptację konkretnej wersji briefu, zapisz osobę i datę. Po zmianie zaakceptowanej treści ponów kontrolę zmienionych pól i ich zależności oraz uzyskaj akceptację nowej wersji.

INTERPRETACJA KONTROLI
ZGODNE: kryterium jest spełnione i ma wskazane potwierdzenie. POPRAWIĆ: istnieje błąd, sprzeczność lub dopisek bez pokrycia. BRAK DANYCH: nie ma informacji albo decyzji potrzebnej do oceny. Wynik POPRAWIĆ lub BRAK DANYCH dotyczący przekazania dokumentu wstrzymuje przekazanie go jako zatwierdzonego. Nie licz średniej ocen. Kompletność pozostałych pól nie zastępuje akceptacji. Dokument można wysłać osobie zatwierdzającej jako wersję do decyzji, z wyraźnym wskazaniem otwartych kwestii.

GRANICE MATERIAŁU
ChatGPT może pominąć brak albo dopisać niepotwierdzony szczegół mimo zakazu w prompcie. Człowiek sprawdza zarówno luki, jak i dopiski. Jeśli brakuje dowodu obietnicy, usuń ją lub uzyskaj potwierdzenie poza modelem. Sprzeczne notatki kieruj do osoby odpowiedzialnej; AI nie wybiera wiążącej decyzji za firmę. Przy niejasnych prawach do materiałów, warunkach oferty lub odpowiedzialności dokument nie wystarczy do rozpoczęcia prac wymagających tych ustaleń.

PRZYKŁAD
Pracownia Kąt, osoby, notatki N1–N6, kwoty, terminy i obserwacje są fikcyjne. Przykład przygotowano redakcyjnie; nie jest odpowiedzią uzyskaną w teście ChatGPT, badaniem ani wynikiem kampanii. Oznaczenie FAKT w przykładzie oznacza zatwierdzoną informację wewnątrz fikcyjnego scenariusza. Karta kontroli pokazuje sposób oceny, a nie przeprowadzony test narzędzia lub badanie z użytkownikiem.

Szablon do uzupełnienia

1. Materiały wejściowe

Jakie dokumenty potwierdzają informacje potrzebne wykonawcy? Które decyzje są aktualne, a które zastąpiono?

Powiel poniższy zapis dla każdej notatki:
Identyfikator: _____
Nazwa materiału i wersja: _____
Autor lub osoba zatwierdzająca: _____
Data zapisanej decyzji, jeśli dostępna: _____
Treść z osobnymi oznaczeniami FAKT / PROPOZYCJA / BRAK: _____
Co ta notatka uzupełnia lub zastępuje: _____
Ograniczenia wykorzystania, poufność i prawa do materiału: _____

Nie oznaczaj całej notatki jako FAKT, jeśli zawiera także pomysły lub niewiadome. Przechowuj materiały źródłowe wraz z briefem; wykonawca powinien otrzymać tylko te, do których ma uprawnienia. W kolejnych sekcjach cytuj dosłownie krótkie fragmenty zapisanych tu notatek. Do etapu A przekazuj tylko notatki dostępne przed uzupełnieniami.

2. Cel i oczekiwane działanie klienta

Co kampania ma osiągnąć? Jaką jedną czynność ma wykonać odbiorca? Gdzie ją wykona i co zespół będzie obserwował?

Cel kampanii: _____
Oczekiwane działanie klienta i miejsce jego wykonania: _____
Co będzie obserwowane i skąd pochodzą dane: _____
Cel liczbowy, tylko jeśli zatwierdzony; w przeciwnym razie BRAK: _____
Status, identyfikator źródła, krótki cytat i osoba zatwierdzająca dla każdego wpisu: _____

Nie myl celu z prognozą. Jeśli nie ustalono definicji zgłoszenia lub potwierdzonej konsultacji, zapisz pytanie do osoby odpowiedzialnej za pomiar. Jeśli nie wskazano tej osoby, wpisz BRAK; ewentualne przypisanie zapisz jako propozycję.

3. Oferta

Co dokładnie klient otrzyma? Ile to kosztuje, jak długo trwa, jakie są warunki i czego oferta nie obejmuje?

Nazwa i zawartość oferty: _____
Cena lub informacja o bezpłatności: _____
Czas i sposób realizacji: _____
Warunki udziału lub zakupu: _____
Wyłączenia: _____
Status, identyfikator źródła, krótki cytat i osoba zatwierdzająca dla każdego wpisu: _____

Nie rozszerzaj oferty na podstawie zwyczajów branży. Brak ceny, warunku lub wyłączenia skieruj do właściciela oferty.

4. Odbiorca i źródła wiedzy o nim

Kto ma skorzystać z oferty? Jaka potrzeba jest udokumentowana? Z jakiego materiału wynika opis odbiorcy i jakie ma ograniczenia?

Grupa odbiorców: _____
Potrzeba istotna dla oferty: _____
Źródło wiedzy, zakres i liczba obserwacji, jeśli znane: _____
Ograniczenie tej wiedzy: _____
Status, identyfikator źródła, krótki cytat i osoba zatwierdzająca dla każdego wpisu: _____

Nie dopisuj wieku, dochodu, lokalizacji ani motywacji bez źródła. Opinie kilku klientów nie opisują automatycznie całego rynku.

5. Przekaz i potwierdzenie obietnic

Jaka informacja ma zostać w pamięci odbiorcy? Co potwierdza każdą obietnicę? Których twierdzeń nie wolno używać?

Główna informacja wynikająca z oferty: _____
Propozycja tekstu, wyraźnie oznaczona: _____
Dla każdej obietnicy — treść, identyfikator materiału i cytat potwierdzający: _____
Zakazane lub niepotwierdzone twierdzenia: _____
Osoba akceptująca tekst i etap decyzji: _____
Status i źródło dla każdego wpisu: _____

Gdy obietnica nie ma pokrycia, usuń ją albo pozostaw jako pytanie. Sama akceptacja hasła przez firmę nie dowodzi jego prawdziwości. Nowy tekst zapisz jako propozycję redakcyjną bez źródła w notatkach; osobno wskaż ograniczenia, których musi przestrzegać.

6. Kanały i ich uzasadnienie

W jakich kanałach mają pojawić się materiały? Dokąd kierują odbiorcę? Dlaczego wybrano te kanały i kto zatwierdził wybór?

Kanał: _____
Miejsce docelowe: _____
Uzasadnienie oraz jego podstawa: _____
Status, identyfikator źródła, krótki cytat i osoba zatwierdzająca: _____

Oddziel dostępność profilu i materiałów od dowodu skuteczności kanału. Nie dodawaj adresu strony, którego nie potwierdzono. Jeśli proponujesz osobę do uzupełnienia adresu, oddziel tę propozycję od jej obowiązków zapisanych w notatkach.

7. Materiały do przygotowania

Co wykonawca ma oddać? W ilu wersjach, w jakich formatach i po czym poznasz, że dostarczył komplet?

Materiał i liczba: _____
Warianty, proporcje i format pliku: _____
Zakres pracy: _____
Prace wyłączone: _____
Kryteria odbioru: _____
Status, identyfikator źródła, krótki cytat i osoba potwierdzająca wykonalność: _____

Wskaż, czy warianty są wersjami tych samych kreacji, czy osobnymi koncepcjami. Kryteria odbioru dodane podczas opracowania briefu oznacz jako propozycje redakcyjne bez źródła w notatkach, dopóki nie zostaną przyjęte. Nie dopisuj wymiarów w pikselach bez ustalenia.

8. Ograniczenia

Jakie ograniczenia dotyczą oferty, materiałów, zasobów, danych i treści reklam? Które kontrole trzeba wykonać przed emisją?

Ograniczenia oferty i komunikacji: _____
Dozwolone materiały oraz potwierdzenie praw: _____
Ograniczenia dostępności: _____
Zasady przekazywania danych: _____
Kontrola przed emisją, właściciel i status wykonania: _____
Status, identyfikator źródła, krótki cytat i osoba odpowiedzialna dla każdego wpisu: _____

Nie przedstawiaj zaplanowanej kontroli jako wykonanej. W rzeczywistej kampanii zasady wykorzystania danych i materiałów muszą pochodzić z ustaleń firmy.

9. Zatwierdzony budżet bez obliczeń

Jaka dokładna kwota została zatwierdzona i co obejmuje?

Kwota: _____
Waluta: _____
Netto albo brutto: _____
Zakres budżetu: _____
Status, identyfikator źródła, krótki cytat i osoba zatwierdzająca: _____

Przepisz kwotę bez zmian. Nie wyliczaj podziału między kanały, wynagrodzenia wykonawcy, kosztu zgłoszenia ani zwrotu. Jeśli zakres lub oznaczenie netto/brutto jest niejasne, wpisz BRAK i uzyskaj decyzję.

10. Terminy

Kiedy powstają materiały, kiedy zbierane są uwagi i kiedy planowana jest kampania? Od jakich decyzji zależy wykonanie kolejnych prac?

Pierwsza wersja materiałów: _____
Termin zbiorczych uwag: _____
Finalne pliki: _____
Planowany okres kampanii: _____
Zależności i kontrole przed rozpoczęciem: _____
Status, identyfikator źródła, krótki cytat i osoba potwierdzająca każdy termin: _____

Używaj pełnych dat z rokiem. Nie zakładaj, że akceptacja briefu oznacza zgodę na emisję. Jeśli opóźni się decyzja, potwierdź wpływ na terminy z wykonawcą.

11. Odpowiedzialność i akceptacja

Kto przygotowuje materiały, zbiera uwagi i podejmuje decyzję? Jak zapiszesz akceptację dokładnej wersji briefu?

Identyfikator i wersja briefu: _____
Wykonawca i odpowiedzialność: _____
Osoba zbierająca uwagi: _____
Osoba zatwierdzająca brief: _____
Liczba i sposób przekazania rund uwag: _____
Zapis akceptacji: decyzja _____; wersja _____; osoba _____; data _____
Status, identyfikator źródła i krótki cytat dla ustaleń: _____

Nie wypełniaj zapisu akceptacji nazwiskiem osoby uprawnionej bez jej decyzji. Akceptacja notatek, briefu, reklam i emisji to osobne zdarzenia. Oznaczenie nowej wersji dokumentu jest metadanymi nadanymi podczas pracy, a nie faktem zaczerpniętym z wcześniejszych notatek.

12. Pytania do wyjaśnienia

Prowadź cztery oddzielne części rejestru. Zachowaj kolejność powstawania informacji.

I. REJESTR A — PRZED UZUPEŁNIENIAMI
Korzystaj wyłącznie z notatek dostępnych w etapie A. Dla każdego pytania zapisz:
Identyfikator i sekcja briefu: _____
Podstawa: identyfikator i cytat; przy nieobecności informacji — zakres przejrzanych notatek: _____
Pytanie: _____
Osoba odpowiedzialna wynikająca z tych notatek albo BRAK: _____
Termin odpowiedzi wynikający z tych notatek albo BRAK: _____
Proponowany wpływ na dalszą pracę, do oceny przez człowieka: _____
Status na tym etapie: _____
Nie wpisuj tu osób ani odpowiedzi poznanych dopiero w późniejszych notatkach.

II. ODPOWIEDZI I ROZSTRZYGNIĘCIA
Identyfikator pytania A: _____
Nowa notatka, wersja, osoby i cytat odpowiedzi: _____
Co rozstrzygnięto, a co pozostało otwarte: _____
Nie nadpisuj początkowego rejestru A.

III. REJESTR WEJŚCIOWY DO ETAPU B
Zapisz wyłącznie kwestie znane po uzupełnieniach, lecz przed sporządzeniem briefu:
Identyfikator R i sekcja: _____
Pytanie lub niewiadoma, podstawa i status: _____
Znana osoba odpowiedzialna albo BRAK: _____
Znany termin albo BRAK: _____
Propozycja momentu rozstrzygnięcia, jeśli termin nie został ustalony: _____
To tę część przekazujesz z promptem B, wraz z notatkami i pustym wzorem. Nie wpisuj uwag do jeszcze nieistniejącej wersji dokumentu.

IV. UWAGI PO KONTROLI BRIEFU
Identyfikator B i wersja ocenianego briefu: _____
Pole wymagające decyzji lub poprawy: _____
Podstawa: zapis w istniejącym briefie oraz cytat notatki albo brak informacji w przeglądzie: _____
Osoba odpowiedzialna; propozycję przypisania oznacz osobno: _____
Ustalony termin albo BRAK; proponowany moment rozstrzygnięcia: _____
Czy blokuje przekazanie, finalne materiały czy emisję: _____
Odpowiedź i nowe źródło: _____
Status: _____

Nie usuwaj pytania bez rozstrzygnięcia. Odłożenie kwestii wymaga decyzji właściwej osoby, że nie blokuje bieżącego działania. Nowe pomysły i proponowane przypisania oznacz jako redakcyjne, bez źródła w notatkach.

13. Prompt: etap A i etap B

ETAP A — WYKAZ PYTAŃ
Wklej prompt A, a pod nim pełne oznaczone notatki dostępne przed uzupełnieniami. W przykładzie: wyłącznie N1–N4 z sekcji 1. Nie wklejaj N5–N6, rejestru odpowiedzi, przykładów gotowego briefu ani uwag po jego kontroli.

PROMPT A
Pracuj wyłącznie na notatkach zamieszczonych poniżej. Nie przygotowuj jeszcze briefu. Rozdziel informacje oznaczone jako FAKT, PROPOZYCJA i BRAK. Wskaż sprzeczności oraz twierdzenia, których podane źródła nie potwierdzają. Nie traktuj oznaczenia FAKT jako niezależnego dowodu prawdziwości obietnicy reklamowej.
Przygotuj rejestr pytań dotyczący 14 sekcji: 1. materiały wejściowe; 2. cel i oczekiwane działanie klienta; 3. oferta; 4. odbiorca i źródła wiedzy o nim; 5. przekaz i potwierdzenie obietnic; 6. kanały i ich uzasadnienie; 7. materiały do przygotowania; 8. ograniczenia; 9. zatwierdzony budżet bez obliczeń; 10. terminy; 11. odpowiedzialność i akceptacja; 12. pytania do wyjaśnienia; 13. prompt; 14. kontrola i następne działanie.
Dla każdego pytania podaj: identyfikator, numer sekcji, identyfikator i krótki dosłowny cytat notatki będącej podstawą pytania, treść pytania oraz osobę odpowiedzialną wyłącznie wtedy, gdy jej zadanie wynika z przekazanych notatek. Przy nieobecności informacji wskaż przegląd przekazanego zestawu zamiast wymyślać cytat. Jeśli osoby lub terminu nie podano, wpisz BRAK. Nie przypisuj decyzji na podstawie samego stanowiska bez potwierdzonego zakresu odpowiedzialności.
Zaproponuj ocenę wpływu braku na przygotowanie briefu, jego przekazanie, wykonanie materiałów albo emisję. Ocenę blokady pozostaw do potwierdzenia przez człowieka. Nie wymyślaj danych, osób, budżetu ani terminów. Nie prognozuj wyników i nie ograniczaj liczby pytań do z góry ustalonej wartości. Nie rozwiązuj braków za firmę. Nie opisuj uwag do dokumentu, który jeszcze nie powstał. Poczekaj na uzupełnienia.

Po odpowiedzi sprawdź cytaty, dopiski, pominięcia i przypisanie osób. Zapisz rejestr A. Odpowiedzi właściwych osób zachowaj osobno jako nowe notatki; na ich podstawie przygotuj rozstrzygnięcia A oraz rejestr wejściowy R do etapu B.

ETAP B — WERSJA ROBOCZA BRIEFU
Wklej prompt B, a pod nim kolejno: pełne aktualne notatki wraz z zatwierdzonymi uzupełnieniami; tylko rejestr wejściowy do etapu B; nagłówki i pola wszystkich 14 sekcji z części „Szablon do uzupełnienia”. W przykładzie są to N1–N6 oraz R1–R6 z części III sekcji 12. Nie wklejaj części IV z B1–B6, części „Wypełniony przykład” ani wypełnionej karty kontroli. Oznaczenie nowej wersji roboczej podaj osobno jako metadane, nie jako źródło.

PROMPT B

Przygotuj wersję roboczą briefu wyłącznie z materiałów zamieszczonych poniżej. Zachowaj dokładnie 14 sekcji przekazanego wzoru. Przy każdej informacji podaj status FAKT, PROPOZYCJA albo BRAK oraz identyfikator i krótki dosłowny cytat źródła, jeśli istnieje. Nie łącz faktu i propozycji pod jednym statusem. Nowe pomysły oznacz jako PROPOZYCJA redakcyjna, bez źródła w notatkach. Cytat określający granice pomysłu nie jest dowodem, że pomysł zapisano w źródle.
Nie dopisuj brakujących danych. Przy BRAKU wynikającym z nieobecności informacji wskaż zakres przeglądu notatek; nie wymagaj cytatu nieistniejącej informacji. Jeśli znana rola osoby jest istotna, przytocz cytat potwierdzający tę rolę. Sprzeczności pozostaw jako BRAK z pytaniem do rozstrzygnięcia. Nie wymyślaj osób ani dat; nowe propozycje przypisań i momentów rozstrzygnięcia oznacz osobno.
Uwzględnij aktualne uzupełnienia i pokaż, które starsze propozycje zostały zastąpione. Nie rozszerzaj oferty, zakresu prac ani zgody na użycie materiałów. Przepisz zatwierdzony budżet dokładnie, z walutą, oznaczeniem netto/brutto i zakresem; bez podziału i obliczeń. Nie prognozuj wyników kampanii.
Pozostaw kartę kontroli do wypełnienia przez człowieka. Nie zapisuj akceptacji w imieniu firmy. Na końcu wymień otwarte kwestie i rozdziel te wymagające decyzji przed przekazaniem briefu, przed wykonaniem finalnych materiałów oraz przed emisją. Nie uznawaj samego wskazania osoby zatwierdzającej za akceptację dokumentu. Nie przedstawiaj przyszłych kontroli jako wykonanych.

Po odpowiedzi porównaj każde pole i cytat z pełnymi notatkami. Dopiero teraz zapisz uwagi do otrzymanej wersji w części IV sekcji 12 i wypełnij kartę kontroli. Usuń zmyśloną informację, odnotuj poprawkę i sprawdź zależne pola. Przy niepewnym źródle zatrzymaj ocenę pola i poproś właściwą osobę o potwierdzenie. Uwagi po kontroli można wykorzystać przy poprawie już istniejącego briefu, ale nie jako wejście do jego pierwszego sporządzenia.

14. Kontrola i następne działanie

Wypełnia człowiek po porównaniu każdego pola z materiałami wejściowymi. Przy każdym kryterium wpisz ocenę ZGODNE / POPRAWIĆ / BRAK DANYCH, dokładne źródło z krótkim cytatem oraz uwagę i osobę odpowiedzialną za poprawkę. Przy nieobecności informacji podaj zakres przeglądu zamiast wymyślać cytat. Nie stosuj oceny ZGODNE wyłącznie dlatego, że brak jest opisany.

Punkt 1. Materiały wejściowe: każdy wykorzystany materiał ma identyfikator i wersję; aktualne decyzje są odróżnione od starszych propozycji.
Ocena: _____ | Źródło: _____ | Uwaga i właściciel poprawki: _____

Punkt 2. Zgodność pól i brak dopisków: każde twierdzenie oznaczone FAKT odpowiada treści wskazanego źródła; dopiski bez pokrycia usunięto lub oznaczono jako propozycje.
Ocena: _____ | Źródło: _____ | Uwaga i właściciel poprawki: _____

Punkt 3. Oferta: opis, warunki i wyłączenia odpowiadają zatwierdzonej ofercie.
Ocena: _____ | Źródło: _____ | Uwaga i właściciel poprawki: _____

Punkt 4. Obietnice: przyjęte obietnice mają pokrycie; propozycje tekstów są oznaczone, a niepotwierdzone obietnice wykluczone.
Ocena: _____ | Źródło: _____ | Uwaga i właściciel poprawki: _____

Punkt 5. Odbiorca: opis potrzeb ma źródło i wskazane ograniczenia; nie dodano cech bez potwierdzenia.
Ocena: _____ | Źródło: _____ | Uwaga i właściciel poprawki: _____

Punkt 6. Zakres i wykonalność: materiały, warianty, formaty oraz wyłączenia są jednoznaczne; wykonawca potwierdził wykonalność przyjętego zakresu.
Ocena: _____ | Źródło: _____ | Uwaga i właściciel poprawki: _____

Punkt 7. Budżet: kwota, waluta, netto/brutto i zakres odpowiadają zatwierdzeniu; nie dopisano podziału ani obliczeń.
Ocena: _____ | Źródło: _____ | Uwaga i właściciel poprawki: _____

Punkt 8. Terminy: harmonogram ma potwierdzenie, a kontrole przed emisją nie są przedstawione jako wykonane bez dowodu.
Ocena: _____ | Źródło: _____ | Uwaga i właściciel poprawki: _____

Punkt 9. Odpowiedzialność: wskazano wykonawcę, osobę zbierającą uwagi i osobę uprawnioną do zatwierdzenia briefu.
Ocena: _____ | Źródło: _____ | Uwaga i właściciel poprawki: _____

Punkt 10. Otwarte kwestie: pytania mają właściciela i określony moment wymaganej odpowiedzi albo jawny brak tych ustaleń. Nie pozostawiono blokujących braków bez rozstrzygnięcia, w tym brakującej akceptacji finalnej wersji briefu.
Ocena: _____ | Źródło: _____ | Uwaga i właściciel poprawki: _____

Punkt 11. Kryteria odbioru: wymagania pozwalają sprawdzić kompletność i zgodność materiałów; osoba zatwierdzająca i wykonawca przyjęli te wymagania.
Ocena: _____ | Źródło: _____ | Uwaga i właściciel poprawki: _____

Punkt 12. Zapis akceptacji: istnieje decyzja osoby uprawnionej dotycząca dokładnej wersji briefu, wraz z datą. Wskazanie osoby uprawnionej nie zastępuje decyzji.
Ocena: _____ | Źródło: _____ | Uwaga i właściciel poprawki: _____

DECYZJA
Przekazać wykonawcy / wrócić z pytaniami: _____
Wersja ocenianego dokumentu: _____
Osoba wykonująca kontrolę: _____
Data kontroli: _____
Osoba zatwierdzająca, decyzja i data: _____
Następne działanie, właściciel i termin: _____

Przekaż brief jako zatwierdzony dopiero po rozstrzygnięciu kwestii blokujących oraz zapisaniu akceptacji. Pytania dotyczące późniejszego etapu mogą pozostać tylko jako jawne warunki tego etapu, przyjęte przez osobę zatwierdzającą. Akceptacja briefu nie oznacza akceptacji reklam, umowy ani zgody na emisję.

Wypełniony przykład — dane fikcyjne

1. Materiały wejściowe

CAŁY ZESTAW PONIŻEJ JEST FIKCYJNY. Nie opisuje rzeczywistej firmy, rozmów z klientami ani kampanii. Dat zatwierdzenia notatek nie podano; nie zostały dopisane.

N1 — karta oferty, wersja 1. Osoba zatwierdzająca w scenariuszu: Anna, właścicielka pracowni Kąt.
FAKT: oferta obejmuje bezpłatną konsultację online trwającą 45 minut dla właścicieli małych mieszkań rozważających meble na wymiar. Rozmowa dotyczy potrzeb, ograniczeń przestrzeni i możliwego zakresu dalszej współpracy. Nie obejmuje pomiaru na miejscu, projektu wykonawczego ani wiążącej wyceny. Nie wymaga zakupu.

N2 — decyzja o celu, wersja 1. Osoba zatwierdzająca: Anna.
FAKT: kampania ma zachęcać do zgłoszenia na konsultację przez formularz na istniejącej stronie. Formularz zbiera kontakt i krótki opis potrzeby. Zespół obserwuje liczbę zgłoszeń i potwierdzonych konsultacji.
BRAK: nie ustalono liczbowego celu. Nie wolno przedstawiać prognozy jako zatwierdzonego wyniku.

N3 — notatka Marty, osoby odpowiedzialnej za marketing, wersja 1.
BRAK zatwierdzenia informacji: według Marty pracownia ma profile na Instagramie i Facebooku oraz zdjęcia realizacji. N3 jest relacją autorki; nie zapisano osobnej akceptacji tej informacji.
PROPOZYCJA: wykorzystać te kanały ze względu na istniejące profile i materiały. To uzasadnienie organizacyjne, bez dowodu skuteczności kanałów.
BRAK: zatwierdzenie kanałów i zakresu prac.

N4 — notatka ze spotkania, wersja 1.
BRAK: źródło obserwacji, że odbiorcy zgłaszają problemy z przechowywaniem i dopasowaniem mebli do niewielkiej przestrzeni.
BRAK: dostępność konsultacji, budżet, terminy, prawa do zdjęć oraz osoba akceptująca materiały.
PROPOZYCJA: hasło „Więcej miejsca bez remontu”. Obietnica nie ma potwierdzenia i nie może trafić do reklamy.

N5 — uzupełnienie po pytaniach, wersja 2. Osoby zatwierdzające: Anna i Marta.
FAKT: źródłem opisu potrzeb jest fikcyjna notatka z sześciu rozmów z klientami: cztery dotyczyły przechowywania, dwie dopasowania mebli do wnęki. To mały materiał jakościowy, bez podstaw do uogólniania na całą grupę odbiorców.
FAKT: w scenariuszu firma potwierdza prawa do trzech zdjęć realizacji.
FAKT: wolno obiecać omówienie potrzeb i możliwego zakresu prac. Nie wolno obiecywać dodatkowej powierzchni, oszczędności ani ceny realizacji.
N5 uzupełnia źródło obserwacji i prawa do zdjęć z N4 oraz wyklucza wykorzystanie niepotwierdzonego hasła.

N6 — uzupełnienie organizacyjne, wersja 2. Osoby zatwierdzające: Anna, Marta i Tomasz, wykonawca.
FAKT: zatwierdzone kanały to Instagram i Facebook, z przejściem do istniejącego formularza.
FAKT: zakres obejmuje trzy statyczne kreacje, każda w proporcjach 1:1 i 9:16, trzy teksty reklam oraz propozycję korekty opisu konsultacji na stronie. Nie obejmuje nowej strony, filmów ani obsługi emisji.
FAKT: budżet całej kampanii wynosi 5000 zł brutto, bez podziału i przeliczeń w briefie.
FAKT: kampania jest planowana na 2–27 listopada 2026. Dostępność wynosi sześć konsultacji tygodniowo.
FAKT: pierwsze materiały mają być gotowe 22 października 2026, uwagi 26 października, finalne pliki 28 października.
FAKT: Marta zbiera uwagi, Anna zatwierdza ofertę i finalny dokument, Tomasz potwierdza wykonalność zakresu. Przewidziano jedną zbiorczą rundę uwag. Grafiki: JPG, sRGB. Teksty: DOCX.
FAKT: przed emisją Marta ma sprawdzić formularz i aktualną dostępność konsultacji. Notatka nie potwierdza wykonania tych kontroli.
N6 rozstrzyga wybór kanałów z N3 oraz organizacyjne braki z N4. Nie zawiera akceptacji finalnego briefu.

Kolejność: N1–N4 stanowią wejście do etapu A; N5–N6 zapisują późniejsze odpowiedzi. Aktualny zestaw do etapu B: N1–N6. Starsze propozycje pozostają w historii, ale nie zastępują decyzji z N5–N6.
Przykłady powiązań: N3 — „zatwierdzenie kanałów i zakresu prac”; N6 — „zatwierdzone kanały to Instagram i Facebook”. N4 — „prawa do zdjęć”; N5 — „firma potwierdza prawa do trzech zdjęć realizacji”.

2. Cel i oczekiwane działanie klienta

FAKT: celem kampanii jest zachęcenie właścicieli małych mieszkań rozważających meble na wymiar do zgłoszenia na konsultację. Źródło celu: N2 — „kampania ma zachęcać do zgłoszenia na konsultację"; źródło grupy: N1 — „dla właścicieli małych mieszkań rozważających meble na wymiar". Zatwierdzenie: Anna, wersje 1; dat nie podano.
FAKT: oczekiwane działanie to wysłanie formularza na istniejącej stronie, z kontaktem i krótkim opisem potrzeby. Źródło: N2 — „przez formularz na istniejącej stronie" oraz „Formularz zbiera kontakt i krótki opis potrzeby". Zatwierdzenie: Anna.
FAKT: zespół obserwuje liczbę zgłoszeń oraz potwierdzonych konsultacji. Źródło: N2 — „Zespół obserwuje liczbę zgłoszeń i potwierdzonych konsultacji". Zatwierdzenie: Anna.
BRAK: nie ustalono celu liczbowego. Źródło: N2 — „nie ustalono liczbowego celu". Nie wpisano prognozy. Anna zatwierdziła N2, ale nie zapisano terminu decyzji o celu liczbowym.
BRAK: przegląd N1–N6 nie ujawnia reguł liczenia zgłoszeń powtórzonych ani sposobu zapisu potwierdzeń. Podstawa pytania: N2 — „liczbę zgłoszeń i potwierdzonych konsultacji". Właściciel pomiaru i termin odpowiedzi: BRAK.
PROPOZYCJA redakcyjna, bez źródła w notatkach: Marta odpowiada na pytanie o reguły liczenia po potwierdzeniu tego przypisania przez Annę; odpowiedź potrzebna przed oceną wyników. N6 potwierdza inne zadanie Marty — „Marta zbiera uwagi" — nie przypisuje jej pomiaru.
Interpretacja: cel i działanie klienta są opisane. Brief nie jest jeszcze planem pomiaru ani podstawą do deklarowania spodziewanych wyników.

3. Oferta

FAKT: bezpłatna konsultacja online trwająca 45 minut, bez obowiązku zakupu. Źródło: N1 — „bezpłatną konsultację online trwającą 45 minut" oraz „Nie wymaga zakupu". Zatwierdzenie: Anna, wersja 1; daty nie podano.
FAKT: rozmowa obejmuje potrzeby klienta, ograniczenia przestrzeni i możliwy zakres dalszej współpracy. Źródło: N1 — „Rozmowa dotyczy potrzeb, ograniczeń przestrzeni i możliwego zakresu dalszej współpracy". Zatwierdzenie: Anna.
FAKT: oferta nie obejmuje pomiaru na miejscu, projektu wykonawczego ani wiążącej wyceny. Źródło: N1 — „Nie obejmuje pomiaru na miejscu, projektu wykonawczego ani wiążącej wyceny". Zatwierdzenie: Anna.
Interpretacja: reklama może zapraszać do rozmowy. Nie może przedstawiać konsultacji jako bezpłatnego projektu lub wyceny mebli.

4. Odbiorca i źródła wiedzy o nim

FAKT: odbiorcami są właściciele małych mieszkań rozważający meble na wymiar. Źródło: N1 — „dla właścicieli małych mieszkań rozważających meble na wymiar". Zatwierdzenie: Anna, wersja 1.
FAKT: w fikcyjnym materiale cztery rozmowy dotyczyły przechowywania, a dwie dopasowania mebli do wnęki. Źródło: N5 — „cztery dotyczyły przechowywania, dwie dopasowania mebli do wnęki". Zatwierdzenie: Anna i Marta, wersja 2.
FAKT: podstawą opisu potrzeb jest sześć fikcyjnych rozmów. Źródło: N5 — „źródłem opisu potrzeb jest fikcyjna notatka z sześciu rozmów z klientami". Zatwierdzenie: Anna i Marta. Dat zatwierdzenia nie podano.
Ograniczenie zapisane w N5: „To mały materiał jakościowy, bez podstaw do uogólniania na całą grupę odbiorców". Materiał pomaga opisać potrzeby w przykładzie, ale nie jest reprezentatywnym badaniem. Nie dopisano cech demograficznych ani ustawień kierowania reklam, których nie ma w N1–N6.

5. Przekaz i potwierdzenie obietnic

FAKT: konsultacja służy omówieniu potrzeb i możliwego zakresu prac. Źródło: N1 — „Rozmowa dotyczy potrzeb, ograniczeń przestrzeni i możliwego zakresu dalszej współpracy"; N5 — „wolno obiecać omówienie potrzeb i możliwego zakresu prac". Zatwierdzenie: Anna dla N1; Anna i Marta dla N5.
PROPOZYCJA redakcyjna, bez źródła w notatkach: „Porozmawiajmy o meblach dopasowanych do Twojego mieszkania". To nowy tekst, nie cytat z N1–N6. Nie jest zatwierdzony. Podlega ograniczeniom N1 i N5 przytoczonym powyżej.
Osoba do decyzji: Anna. Źródło roli: N6 — „Anna zatwierdza ofertę i finalny dokument". Akceptacja konkretnego tekstu i jej termin: BRAK w przeglądzie N1–N6. PROPOZYCJA redakcyjna, bez źródła w notatkach: rozstrzygnąć tekst przy akceptacji materiałów, przed użyciem w reklamie.
FAKT: nie wolno obiecywać dodatkowej powierzchni, oszczędności ani ceny realizacji. Źródło: N5 — „Nie wolno obiecywać dodatkowej powierzchni, oszczędności ani ceny realizacji". Zatwierdzenie: Anna i Marta.
Odrzucona propozycja: N4 — „Więcej miejsca bez remontu". N4 wskazuje: „Obietnica nie ma potwierdzenia i nie może trafić do reklamy". N5 potwierdza ograniczenia komunikacji. Hasło nie zostało przyjęte jako przekaz do reklamy.
Interpretacja: wykonawca otrzymuje granice komunikacji i pomysł do rozwinięcia, a nie zatwierdzony tekst reklamowy. Dat zatwierdzenia notatek nie podano.

6. Kanały i ich uzasadnienie

FAKT: zatwierdzone kanały to Instagram i Facebook, z przejściem do formularza na istniejącej stronie. Źródło: N6 — „zatwierdzone kanały to Instagram i Facebook, z przejściem do istniejącego formularza"; N2 — „przez formularz na istniejącej stronie". Zatwierdzenie: Anna, Marta i Tomasz dla N6; Anna dla N2. Dat nie podano.

BRAK zatwierdzenia informacji o profilach i zdjęciach. Według Marty firma je posiada. Źródło: N3 — „pracownia ma profile na Instagramie i Facebooku oraz zdjęcia realizacji". Autor: Marta, wersja 1.

Uzasadnienie organizacyjne pochodzi z propozycji N3 — „wykorzystać te kanały ze względu na istniejące profile i materiały". N3 zastrzega: „bez dowodu skuteczności kanałów". Wybór został później zatwierdzony w N6; uzasadnienie nie dowodzi przyszłych wyników.

BRAK: przegląd N1–N6 nie ujawnia dokładnego adresu formularza ani osoby odpowiedzialnej za przekazanie adresu wykonawcy emisji. Nie wymyślono URL-a.

PROPOZYCJA redakcyjna, bez źródła w notatkach: Marta przekazuje adres osobie odpowiedzialnej za emisję przed jej przygotowaniem; przypisanie wymaga potwierdzenia. N6 zapisuje jej powiązane zadanie — „przed emisją Marta ma sprawdzić formularz" — ale nie wskazuje osoby obsługującej emisję. Brak adresu nie rozszerza zakresu Tomasza: N6 — „Nie obejmuje nowej strony, filmów ani obsługi emisji".

7. Materiały do przygotowania

FAKT: trzy statyczne kreacje, każda w proporcjach 1:1 i 9:16; trzy teksty reklam; propozycja korekty opisu konsultacji na istniejącej stronie. Źródło: N6 — „trzy statyczne kreacje, każda w proporcjach 1:1 i 9:16, trzy teksty reklam oraz propozycję korekty opisu konsultacji na stronie". Warianty odnoszą się do tych samych kreacji, nie do dodatkowych koncepcji.
FAKT: grafiki w JPG, sRGB; teksty w DOCX. Źródło: N6 — „Grafiki: JPG, sRGB. Teksty: DOCX".
FAKT: zakres nie obejmuje nowej strony, filmów ani obsługi emisji. Źródło: N6 — „Nie obejmuje nowej strony, filmów ani obsługi emisji". Tomasz potwierdza wykonalność tego zakresu: N6 — „Tomasz potwierdza wykonalność zakresu". Zatwierdzenie N6: Anna, Marta i Tomasz, wersja 2; daty nie podano.
PROPOZYCJA redakcyjna kryteriów odbioru, bez źródła w notatkach: komplet wskazanych materiałów i wariantów, poprawne polskie znaki, czytelność tekstu oraz zgodność z ofertą i ograniczeniami. N1 i N5 określają granice treści, np. N5 — „Nie wolno obiecywać dodatkowej powierzchni, oszczędności ani ceny realizacji"; nie zawierają decyzji o przyjęciu tych kryteriów.
PROPOZYCJA redakcyjna, bez źródła w notatkach: Anna i Tomasz potwierdzają kryteria przed przekazaniem briefu jako zatwierdzonego. Podstawa wyboru osób: N6 — „Anna zatwierdza ofertę i finalny dokument, Tomasz potwierdza wykonalność zakresu". Akceptacja kryteriów i data: BRAK w przeglądzie N1–N6.
BRAK: przegląd N1–N6 nie ujawnia wymiarów grafik w pikselach. N6 podaje wyłącznie „w proporcjach 1:1 i 9:16". PROPOZYCJA redakcyjna, bez źródła w notatkach: Anna i Tomasz potwierdzają wymiary przed przygotowaniem finalnych grafik, jeśli są potrzebne do odbioru.
Konkretna data odpowiedzi: BRAK.
Interpretacja: zakres jest opisany, ale propozycje kryteriów odbioru wymagają decyzji przed przekazaniem briefu jako zatwierdzonego.

8. Ograniczenia

FAKT: konsultacja nie obejmuje pomiaru, projektu wykonawczego ani wiążącej wyceny. Źródło: N1 — „Nie obejmuje pomiaru na miejscu, projektu wykonawczego ani wiążącej wyceny”. Zatwierdzenie: Anna.
FAKT: bez obietnic dodatkowej powierzchni, oszczędności i ceny realizacji. Źródło: N5 — „Nie wolno obiecywać dodatkowej powierzchni, oszczędności ani ceny realizacji”. Zatwierdzenie: Anna i Marta.
FAKT: w scenariuszu firma potwierdza prawa do trzech zdjęć realizacji. Źródło: N5 — „firma potwierdza prawa do trzech zdjęć realizacji”. Zatwierdzenie: Anna i Marta. Nie wynika z tego zgoda na użycie dowolnych innych zdjęć.
FAKT: dostępność to sześć konsultacji tygodniowo. Źródło: N6 — „Dostępność wynosi sześć konsultacji tygodniowo”. Zatwierdzenie: Anna, Marta i Tomasz. Dat zatwierdzenia notatek nie podano.
FAKT: Marta ma przed emisją sprawdzić formularz i aktualną dostępność. Źródło: N6 — „przed emisją Marta ma sprawdzić formularz i aktualną dostępność konsultacji”. BRAK: w przeglądzie N1–N6 nie ma potwierdzenia wykonania tych kontroli; N6 mówi: „Notatka nie potwierdza wykonania tych kontroli”.
Zasada redakcyjna użycia materiału, bez źródła w notatkach: do pracy z tym przykładem nie potrzeba danych identyfikujących klientów. BRAK: przegląd N1–N6 nie ujawnia firmowych zasad przekazywania danych do ChatGPT. Przy rzeczywistej kampanii sprawdź te zasady i uprawnienia; nie traktuj instrukcji materiału jako firmowej zgody.

9. Zatwierdzony budżet bez obliczeń

FAKT: budżet całej kampanii wynosi 5000 zł brutto. Brief nie dzieli ani nie przelicza tej kwoty. Źródło: N6 — „budżet całej kampanii wynosi 5000 zł brutto, bez podziału i przeliczeń w briefie”. Zatwierdzenie N6: Anna, Marta i Tomasz, wersja 2; daty nie podano. Decyzja budżetowa należy w scenariuszu do Anny.
BRAK: przegląd N1–N6 nie ujawnia podziału między przygotowanie materiałów a emisję ani wynagrodzenia i warunków płatnych prac Tomasza. Nie przypisano całej kwoty wykonawcy ani wydatkom reklamowym. Podstawa pytania: N6 — „budżet całej kampanii”; rola wykonawcy: „Tomasz, wykonawca”.
Interpretacja: zapis potwierdza budżet całej kampanii. Nie stanowi wyceny wykonawcy ani zgody na konkretny wydatek. PROPOZYCJA redakcyjna, bez źródła w notatkach: jeśli Tomasz ma wyceniać lub rozpoczynać płatne prace, Anna ustala z nim warunki przed ich rozpoczęciem. Data i zapis takiego ustalenia: BRAK.

10. Terminy

FAKT: pierwsze materiały — 22 października 2026; zbiorcze uwagi — 26 października 2026; finalne pliki — 28 października 2026. Źródło: N6 — „pierwsze materiały mają być gotowe 22 października 2026, uwagi 26 października, finalne pliki 28 października". Zatwierdzenie: Anna, Marta i Tomasz, wersja 2; daty decyzji nie podano. Wszystkie trzy terminy dotyczą tego samego harmonogramu na 2026 rok.
FAKT: planowany okres kampanii — 2–27 listopada 2026. Źródło: N6 — „kampania jest planowana na 2–27 listopada 2026". Zatwierdzenie: Anna, Marta i Tomasz.
FAKT: przed emisją Marta sprawdza formularz i aktualną dostępność konsultacji. Źródło: N6 — „przed emisją Marta ma sprawdzić formularz i aktualną dostępność konsultacji". To zaplanowana czynność, nie potwierdzenie jej wykonania.
BRAK: przegląd N1–N6 nie ujawnia daty akceptacji finalnego briefu ani terminu uzyskania tej decyzji. Rola jest znana: N6 — „Anna zatwierdza ofertę i finalny dokument". Terminy przygotowania materiałów nie zastępują akceptacji.
Interpretacja: harmonogram pochodzi z notatek. PROPOZYCJA redakcyjna, bez źródła w notatkach: jeżeli akceptacja briefu się opóźni, Marta i Tomasz ponownie potwierdzają wykonalność terminów. Nie zapisano tego potwierdzenia jako wykonanego.

11. Odpowiedzialność i akceptacja

Identyfikator wersji roboczej: KAT-BRIEF-01. To oznaczenie redakcyjne przykładu, bez źródła w N1–N6; nie jest decyzją ani akceptacją.
FAKT: Tomasz przygotowuje materiały i potwierdza wykonalność zakresu. Źródło: N6 — „Tomasz, wykonawca" oraz „Tomasz potwierdza wykonalność zakresu"; zakres jego prac opisuje fragment „zakres obejmuje trzy statyczne kreacje".
FAKT: Marta zbiera jedną zbiorczą rundę uwag. Źródło: N6 — „Marta zbiera uwagi" oraz „Przewidziano jedną zbiorczą rundę uwag".
FAKT: Anna zatwierdza ofertę i finalny dokument. Źródło: N6 — „Anna zatwierdza ofertę i finalny dokument". Zatwierdzenie ustaleń N6: Anna, Marta i Tomasz, wersja 2; daty nie podano.
BRAK: przegląd N1–N6 nie ujawnia zapisu akceptacji finalnego briefu KAT-BRIEF-01 ani daty tej decyzji. N6 wskazuje rolę Anny, lecz nie jej decyzję dotyczącą przygotowanej później wersji.
Zapis akceptacji: decyzja — nieuzyskana; wersja — KAT-BRIEF-01 do decyzji; osoba uprawniona — Anna; data decyzji — BRAK.
Interpretacja: wskazano osobę zatwierdzającą, ale dokument nie jest zatwierdzony. Nie wolno utożsamiać zatwierdzenia N6 z akceptacją briefu.

12. Pytania do wyjaśnienia

REJESTR PRZYGOTOWANY REDAKCYJNIE, NIE PRZEZ CHATGPT.

I. REJESTR A — WYŁĄCZNIE N1–N4
Stan: przed odpowiedziami. Wszystkie A1–A5 są otwarte; terminy odpowiedzi: BRAK. Oceny wpływu poniżej są propozycjami redakcyjnymi do decyzji człowieka.
A1, sekcja 4. Pytanie: skąd pochodzi opis potrzeb? N4 — „źródło obserwacji". Osoba odpowiedzialna: BRAK. Proponowany wpływ: potrzebne przed etapem B do rzetelnego opisu odbiorcy.
A2, sekcje 5 i 8. Pytanie: co potwierdza hasło i prawa do zdjęć? N4 — „Więcej miejsca bez remontu", „Obietnica nie ma potwierdzenia" oraz „prawa do zdjęć". Anna odpowiada za ofertę: N1 — „Osoba zatwierdzająca w scenariuszu: Anna"; osoba potwierdzająca prawa: BRAK. Proponowany wpływ: nie używać hasła bez dowodu; ustalić prawa przed przyjęciem zdjęć do zakresu.
A3, sekcje 6 i 7. Pytanie: jakie kanały, materiały i formaty zatwierdzono? N3 — „zatwierdzenie kanałów i zakresu prac"; formatów nie ma w przeglądzie N1–N4. Marta może wyjaśnić swoją propozycję: N3 — „notatka Marty, osoby odpowiedzialnej za marketing". Osoba zatwierdzająca wybór i wykonawca: BRAK. Proponowany wpływ: ustalić przed etapem B.
A4, sekcje 8–10. Pytanie: jaki budżet, dostępność i harmonogram zatwierdzono? N4 — „dostępność konsultacji, budżet, terminy". Osoby odpowiedzialne za te decyzje: BRAK. Proponowany wpływ: ustalić przed etapem B.
A5, sekcja 11. Pytanie: kto zbiera uwagi i zatwierdza materiały oraz brief? N4 — „osoba akceptująca materiały"; pozostałych przypisań nie ma w przeglądzie N1–N4. Osoba odpowiedzialna za ustalenie ról: BRAK. Proponowany wpływ: ustalić przed etapem B.

II. ODPOWIEDZI — DOPIERO PO OTRZYMANIU N5–N6
A1: N5, wersja 2, Anna i Marta — „fikcyjna notatka z sześciu rozmów z klientami"; „cztery dotyczyły przechowywania, dwie dopasowania mebli do wnęki". Rozstrzygnięte, bez uogólnienia na rynek.
A2: N5 — „firma potwierdza prawa do trzech zdjęć realizacji"; „Nie wolno obiecywać dodatkowej powierzchni, oszczędności ani ceny realizacji". Rozstrzygnięte: prawa potwierdzone w scenariuszu, hasło wykluczone.
A3: N6, wersja 2, Anna, Marta i Tomasz — „zatwierdzone kanały to Instagram i Facebook"; „trzy statyczne kreacje, każda w proporcjach 1:1 i 9:16, trzy teksty reklam"; „Grafiki: JPG, sRGB. Teksty: DOCX". Rozstrzygnięto zakres i formaty; wymiary w pikselach pozostają niepodane.
A4: N6 — „5000 zł brutto"; „sześć konsultacji tygodniowo"; „2–27 listopada 2026"; „22 października 2026, uwagi 26 października, finalne pliki 28 października". Rozstrzygnięte bez podziału budżetu.
A5: N6 — „Marta zbiera uwagi, Anna zatwierdza ofertę i finalny dokument, Tomasz potwierdza wykonalność zakresu". Role ustalone; nie oznacza to akceptacji przyszłego briefu. Dat decyzji N5–N6 nie podano.

III. REJESTR WEJŚCIOWY DO ETAPU B — R1–R6

Stan przed powstaniem KAT-BRIEF-01. Wszystkie pozycje: BRAK, otwarte. Żadna nie jest uwagą do gotowego dokumentu.

R1, sekcja 2: cel liczbowy i reguły liczenia. N2 — „nie ustalono liczbowego celu"; definicji liczenia brak w przeglądzie N1–N6. Osoba i termin: BRAK. Nie dopisywać prognozy.

R2, sekcja 6: dokładny URL formularza i zatwierdzenie relacji N3 o dostępnych profilach oraz zdjęciach. N3 podaje tę informację jako relację Marty; akceptacji brak. Brak w przeglądzie N1–N6; N6 mówi tylko „do istniejącego formularza". Osoba i termin przekazania adresu: BRAK.

R3, sekcja 7: wymiary grafik w pikselach. Brak w przeglądzie N1–N6; N6 podaje „w proporcjach 1:1 i 9:16". Osoba i termin odpowiedzi: BRAK.

R4, sekcja 9: wynagrodzenie i warunki płatnych prac wykonawcy. Brak w przeglądzie N1–N6; N6 — „budżet całej kampanii". Osoba do decyzji budżetowej: Anna, do ustalenia z wykonawcą; termin: BRAK.

R5, sekcja 11: sposób i termin zapisania akceptacji przyszłego briefu. Brak w przeglądzie N1–N6; znana rola: N6 — „Anna zatwierdza ofertę i finalny dokument". Nie oczekiwać akceptacji wersji, która jeszcze nie powstała.

R6, sekcja 8: wykonanie kontroli formularza i dostępności. Brak potwierdzenia w przeglądzie N1–N6; N6 — „przed emisją Marta ma sprawdzić formularz i aktualną dostępność konsultacji". Osoba: Marta; moment: przed emisją, bez dokładnej daty.

Propozycja redakcyjna, bez źródła w notatkach: R1 rozstrzygnąć przed oceną wyników, R2 przed przygotowaniem emisji, R3 przed finalnymi grafikami, R4 przed płatnymi pracami. Te momenty nie są zatwierdzonymi terminami.

IV. UWAGI B1–B6 — PO KONTROLI KAT-BRIEF-01

Wszystkie otwarte. Nie przekazywać ich jako wejścia do pierwszego etapu B.

B1, sekcje 7 i 11: czy Anna akceptuje KAT-BRIEF-01, a Anna i Tomasz przyjmują redakcyjne kryteria odbioru? Brak tych decyzji w przeglądzie N1–N6; N6 — „Anna zatwierdza ofertę i finalny dokument, Tomasz potwierdza wykonalność zakresu". Blokuje przekazanie jako zatwierdzonego; termin: BRAK.

B2, sekcja 7: jakie wymiary mają mieć finalne grafiki? Podstawa: R3 i N6 — „1:1 i 9:16". Propozycja redakcyjna, bez źródła w notatkach: Anna i Tomasz ustalają je przed finalnymi grafikami. Data: BRAK.

B3, sekcja 5: czy Anna akceptuje nowy tekst redakcyjny? Sam tekst nie pochodzi z notatek. Rola: N6 — „Anna zatwierdza ofertę". Proponowany moment: przed użyciem w reklamie; data: BRAK.

B4, sekcje 6 i 8: jaki jest URL, czy formularz działa i czy konsultacje są dostępne? Przed pracą na profilach i zdjęciach trzeba też potwierdzić relację N3; osobę do tej decyzji należy ustalić. Podstawa: R2, R6 i cytat zadania Marty w R6. Kontrola należy do Marty; przekazanie URL-a to propozycja redakcyjna. Moment kontroli: przed emisją; data: BRAK.

B5, sekcja 2: jak liczyć zgłoszenia i potwierdzenia? Podstawa: R1; N2 — „liczbę zgłoszeń i potwierdzonych konsultacji". Propozycja redakcyjna: Marta, po potwierdzeniu przez Annę, odpowiada przed oceną wyników. Osoba i data nie są ustalone.

B6, sekcja 9: jakie warunki uzgodniono z Tomaszem? Podstawa: R4; N6 — „budżet całej kampanii". Anna ustala je z Tomaszem; proponowany moment: przed płatnymi pracami. Data: BRAK.

Interpretacja: N5–N6 pozwalają sporządzić wersję roboczą. B1 ujawnia blokadę jej przekazania jako zatwierdzonej.

13. Prompt: etap A i etap B

WEJŚCIE DO ETAPU A
1. Skopiuj cały PROMPT A z sekcji 13 w części „Szablon do uzupełnienia”.
2. Pod nim wklej pełne N1–N4 z sekcji 1, wraz z oznaczeniami, wersjami i informacją o fikcyjnych danych. Na tym etapie nie wklejaj N5–N6 ani żadnej części dotyczącej KAT-BRIEF-01.

OCZEKIWANY RODZAJ ODPOWIEDZI A
Rejestr pytań, nie brief. Redakcyjny przykład początkowego rejestru A1–A5 znajduje się wyłącznie w części I sekcji 12. Przykładowy wpis: „A3; sekcje 6 i 7; N3: «zatwierdzenie kanałów i zakresu prac»; jakie kanały, materiały i formaty zatwierdzono? Osoba zatwierdzająca i wykonawca: BRAK; termin odpowiedzi: BRAK”.
Marta jest znana jako autorka propozycji: N3 — „notatka Marty, osoby odpowiedzialnej za marketing”. Tomasza nie ma w przeglądzie N1–N4, więc nie wolno przypisać mu pytania na tym etapie.
Po odpowiedzi sprawdź pytania o źródło potrzeb, prawa do zdjęć, hasło, kanały, zakres, budżet, dostępność, terminy i odpowiedzialność. Model może nie wskazać ich wszystkich. Usuń osoby i terminy bez pokrycia albo oznacz przypisanie jako propozycję do decyzji, poza początkowym stanem faktów.

UZUPEŁNIENIE PO ETAPIE A
W scenariuszu odpowiedzi zapisano dopiero teraz w N5–N6. N5 — „firma potwierdza prawa do trzech zdjęć realizacji”; N6 — „zatwierdzone kanały to Instagram i Facebook”. Rozstrzygnięcia A1–A5 są w części II sekcji 12. Nie nadpisują początkowego rejestru.
Nie dopisano celu liczbowego ani akceptacji finalnego briefu. Po przeglądzie N1–N6 sporządzono rejestr wejściowy R1–R6 w części III sekcji 12. Nie zawiera on uwag do jeszcze nieistniejącego dokumentu.

WEJŚCIE DO ETAPU B
1. Skopiuj cały PROMPT B z sekcji 13 w części „Szablon do uzupełnienia”.
2. Wklej pełne N1–N6 z sekcji 1. Zachowaj historię; N5–N6 uzupełniają starsze notatki.
3. Wklej wyłącznie część III sekcji 12: rejestr wejściowy R1–R6 wraz z jego oznaczeniami i zastrzeżeniami. Nie wklejaj części IV ani B1–B6. Nie wklejaj całej sekcji 12 z części „Wypełniony przykład”.
4. Wklej nagłówki i zawartość pól wszystkich 14 sekcji z części „Szablon do uzupełnienia”. Nie wklejaj części „Wypełniony przykład” ani ilustracyjnej oceny z sekcji 14.
5. Osobno podaj: „Oznaczenie przygotowywanej wersji roboczej: KAT-BRIEF-01; metadane redakcyjne, bez źródła w notatkach”.

OCZEKIWANY RODZAJ ODPOWIEDZI B

Wersja robocza w 14 sekcjach z rozdzielonymi statusami i cytatami. Przykładowy zapis: „FAKT: 5000 zł brutto na całą kampanię; N6: «budżet całej kampanii wynosi 5000 zł brutto, bez podziału i przeliczeń w briefie»".

Przykładowy zapis akceptacji: „BRAK: w przeglądzie N1–N6 nie ma decyzji Anny dotyczącej KAT-BRIEF-01. N6 określa jej rolę: «Anna zatwierdza ofertę i finalny dokument»". Nowe hasło lub kryteria odbioru mają być propozycjami redakcyjnymi bez źródła w notatkach.

KONTROLA DOPIERO PO POWSTANIU KAT-BRIEF-01

Porównaj każde pole z N1–N6. Wtedy powstają uwagi B1–B6 z części IV sekcji 12. Jeśli odpowiedź obiecuje dodatkową powierzchnię, porównaj ją z N5 — „Nie wolno obiecywać dodatkowej powierzchni" — i usuń dopisek. Jeśli twierdzi, że Anna zaakceptowała brief, N6 potwierdza tylko jej rolę, nie decyzję o tej wersji. Popraw pole i pozostaw blokadę przekazania.

To przykłady błędów do sprawdzenia, nie błędy zaobserwowane w teście. Oczekiwany wynik redakcyjnego przykładu: wersja robocza wymagająca decyzji, a nie automatycznie zaakceptowany brief.

14. Kontrola i następne działanie

Poniższa ocena jest ilustracją na fikcyjnych danych, nie wynikiem testu ChatGPT ani rzeczywistej kontroli kampanii. Oceniana wersja: KAT-BRIEF-01. Cytaty odnoszą się do notatek z sekcji 1; uwagi B1–B6 powstały dopiero po sporządzeniu tej wersji.

Punkt 1. Materiały wejściowe — ZGODNE. Źródło: sekcja 1, N1–N6. Wskazano identyfikatory i wersje; N5–N6 uzupełniają wcześniejsze notatki. Powiązanie: N3 — „zatwierdzenie kanałów i zakresu prac"; N6 — „zatwierdzone kanały to Instagram i Facebook". Nie dopisano dat zatwierdzenia.

Punkt 2. Zgodność pól i brak dopisków — POPRAWIĆ w pierwszym przejściu fikcyjnej kontroli. Relację Marty z N3 błędnie oznaczono jako zatwierdzony FAKT. W pokazanej wersji sekcje 1 i 6 oznaczają brak jej zatwierdzenia, a pytanie pozostaje w R2 i B4. N3: „pracownia ma profile na Instagramie i Facebooku oraz zdjęcia realizacji". Ponowna ocena oznaczeń po korekcie: ZGODNE. Nie oznacza to uzyskania brakującej decyzji. Pozostałe fakty porównuje się z N1–N6; propozycje tekstu i kryteriów odbioru mają osobne oznaczenia. To redakcyjna ilustracja poprawki, nie wynik testu ChatGPT.

Punkt 3. Oferta — ZGODNE. Źródło: N1, sekcja 3 — „bezpłatną konsultację online trwającą 45 minut", „Nie wymaga zakupu" oraz „Nie obejmuje pomiaru na miejscu, projektu wykonawczego ani wiążącej wyceny". Zachowano warunki i wyłączenia.

Punkt 4. Obietnice — ZGODNE. Źródła: N1, N4–N5, sekcja 5. N4 — „Obietnica nie ma potwierdzenia i nie może trafić do reklamy"; N5 — „Nie wolno obiecywać dodatkowej powierzchni, oszczędności ani ceny realizacji". Hasło wykluczono. Nowy tekst pozostaje propozycją redakcyjną do decyzji Anny, nie zatwierdzoną reklamą.

Punkt 5. Odbiorca — ZGODNE. Źródła: N1 i N5, sekcja 4. N5 — „fikcyjna notatka z sześciu rozmów z klientami" oraz „bez podstaw do uogólniania na całą grupę odbiorców". Nie dopisano cech demograficznych.

Punkt 6. Zakres i wykonalność — ZGODNE dla zakresu z N6. Źródło: N6, sekcja 7 — „trzy statyczne kreacje, każda w proporcjach 1:1 i 9:16, trzy teksty reklam oraz propozycję korekty opisu konsultacji na stronie"; „Tomasz potwierdza wykonalność zakresu". Zachowano formaty i wyłączenia. Nieustalone wymiary pozostają pytaniem B2; kryteria odbioru są oceniane osobno w punkcie 11. Ta ocena nie potwierdza gotowości finalnych grafik.

Punkt 7. Budżet — ZGODNE. Źródło: N6, sekcja 9 — „budżet całej kampanii wynosi 5000 zł brutto, bez podziału i przeliczeń w briefie". Nie uznano kwoty za wynagrodzenie Tomasza ani budżet samej emisji.

Punkt 8. Terminy — ZGODNE względem N6. Źródło: N6, sekcja 10 — „22 października 2026, uwagi 26 października, finalne pliki 28 października"; „2–27 listopada 2026". Kontrola formularza jest zaplanowana: „przed emisją Marta ma sprawdzić formularz i aktualną dostępność konsultacji". Nie przedstawiono jej jako wykonanej. Po opóźnieniu akceptacji trzeba ponownie potwierdzić terminy.

Punkt 9. Odpowiedzialność — ZGODNE. Źródło: N6, sekcja 11 — „Marta zbiera uwagi, Anna zatwierdza ofertę i finalny dokument, Tomasz potwierdza wykonalność zakresu". Ta ocena dotyczy ról, nie uzyskania akceptacji.

Punkt 10. Otwarte kwestie — BRAK DANYCH. Źródła: sekcje 11–12, zwłaszcza B1; przegląd N1–N6. Nie rozstrzygnięto blokującego braku akceptacji KAT-BRIEF-01. N6 — „Anna zatwierdza ofertę i finalny dokument" — potwierdza rolę, nie decyzję o tej wersji. Osoba odpowiedzialna: Anna. Propozycja redakcyjna, bez źródła w notatkach: Marta kieruje dokument do decyzji. Samo opisanie braku nie spełnia kryterium.

Punkt 11. Kryteria odbioru — BRAK DANYCH. Źródła: sekcja 7 i B1 w sekcji 12. Kryteria są propozycją redakcyjną bez źródła w notatkach; przegląd N1–N6 nie ujawnia ich przyjęcia przez Annę i Tomasza. N6 określa role tych osób, nie akceptację nowych wymagań. Propozycja redakcyjna: Anna i Tomasz potwierdzają kryteria, Marta zapisuje ustalenie w nowej notatce. Termin: BRAK.

Punkt 12. Zapis akceptacji — BRAK DANYCH. Źródła: sekcja 11 i przegląd N1–N6. Nie ma decyzji dotyczącej KAT-BRIEF-01 ani daty. Rola Anny wynika z N6 — „Anna zatwierdza ofertę i finalny dokument". Nie wpisano akceptacji tylko po to, aby zamknąć kartę.

DECYZJA I INTERPRETACJA
Wrócić z pytaniami, nie przekazywać jeszcze briefu jako zatwierdzonego. Wyniki BRAK DANYCH w punktach 10–12 blokują tę decyzję, mimo zgodności pozostałych pól.

Proponowane następne działanie Marty: przekazać Annie KAT-BRIEF-01 jako wersję do decyzji z pytaniem: „Czy akceptujesz tę wersję briefu do przekazania Tomaszowi? Jeśli tak, zapisz decyzję i datę; jeśli nie, wskaż pola do poprawy. Potwierdź też z Tomaszem kryteria odbioru i sposób rozstrzygnięcia pytań wymaganych przed finalnymi materiałami oraz emisją". To działanie redakcyjne, bez źródła w notatkach. Termin trzeba uzgodnić; nie podano go w N1–N6.

Po odpowiedzi zapisać nowe źródło, wprowadzić ustalenia, nadać zmienionemu briefowi nową wersję i ponownie ocenić punkty 10–12 oraz pola zależne. Uzyskać akceptację dokładnej wersji przeznaczonej do przekazania. Nie zmieniać ocen na ZGODNE bez zapisanych decyzji.

Osoba wykonująca kontrolę i data rzeczywistej kontroli: nie podano — to przykład redakcyjny. Akceptacja finalnego briefu: nieuzyskana. Zgoda na emisję: nieudzielona w tym materiale.