

Newsletter - Anna Viktorinová

- graficky zdařilý, pěkně koresponduje s webem

- text správně zarovnaný do bloku

- na začátku newsletteru bych si jako první sdělení představovat to nejzajímavější – snaha vyprávět dlouhodobý příběh pomocí novinek z firmy je správná, nicméně nejsem si jistý, zda budou vždy poskytovat to nejzajímavější z celého newsu ... samotný text tím nejzajímavějším v tomto případě určitě není, jednak je příliš klišovitý a zároveň by se k němu hodily kratší a údernější věty

- Z blogu – nemůžu si pomoci, ale text na mě působí docela negativním dojmem – není jasné, zda změna vyplouvající na povrch byla k lepšímu. Chtělo by to lépe prodat pozitivními přívlastky. Navíc není jasné, kdo text píše – je podaný v ich-formě, ale pod newsletterem jsou podepsané dvě osoby

- zvážil bych vycentrování tlačítka pro více informací, například u termínů seminářů to může svádět, že více informací je pouze k tomu, který je umístěný vpravo

- „zpětná vazba“ není v tomto případě nejšťastnější termín, je vcelku formální, více by se hodilo např. „školili se u nás“ nebo „Koho jsme proškolili“

- 5 způsobů, jak na lepší time management – pokud bude součástí celého newsletteru, by bylo dobré tuto část mírně uvést, např. spojením „něco navíc“ – čtenáře může mást, když je celý news klasicky proklikávací a najednou má před sebou úplně jiný typ informace – pro větší komfort je tedy dobré na to čtenáře připravit

- zbytek a patička OK

HODNOCENÍ OD 2.MENTORA:

Precizně vypracovaný úkol, který obsahuje potřebné náležitosti. Návrh rubrik zcela odpovídá měsíční periodicitě a je pro klienta bez problémů zvládnutelný. Oceňuji i další doporučení v podobě krátkých předmětů (ideálně uvést příklad) a návrhů na zvýšení zájmu v podobě poukazů. Vhodné by bylo navíc připojit doporučení ke stylu příspěvků, tonalitě či délce.

Obecně je dobré zaujmout čtenáře nejen pouze názvy rubrik. Kromě uvození rubriky „Zpětná vazba od účastníků kurzů“ by tak měl lákat titulek, například „Získal jsem nový impulz, jak vnímat svoji značku“. U úvodníku „Březen u nás“ by pak měl být uveden autor. Perfektní je zařazení konkrétních tipů. Je ke zvážení, zda celý text nechávat součástí newsletteru, nebo ponechat pouze titulek a úvod a na zbytek uvést jen proklik. Návrh grafiky je čistý a přehledný, odpovídá charakteru klienta.

Jde o velmi zdařilou práci, která je pro klienta dobře využitelná a slouží mu jako praktický návod.

A rada na závěr :) klientovi, který nabízí kurz k timemanagementu, bych doporučila neuvádět tvrzení ve stylu „bohužel časové možnosti stály proti mně“.