

SZABLON Z INSTRUKCJĄ

JAK WYPROMOWAĆ SWOJĄ MARKE, PRODUKT LUB USŁUGĘ W JEDNYM ZDANIU

Must Have każdej firmy



AGNIESZKA MAMET

Cześć,

nazywam się Agnieszka Mamet. Przez lata pracy w marketingu zauważyłam, że wiele firm, pomimo świetnych produktów czy usług, nie potrafi skutecznie przekazać swojej wartości klientom. Widziałam, jak niespójna komunikacja hamuje rozwój przedsiębiorstw.

Ten przewodnik stworzyłam po to, aby pomóc Ci uporządkować przekaz Twojej marki, wykorzystując dwa kluczowe narzędzia: One-Liner i Tagline. Dzięki nim Twoja marka może wyróżnić się na rynku, zdobywać klientów i budować trwałe relacje.



Czym jest One-liner i Tagline?

One - liner

One-Liner to rozwinięte zdanie, które w prosty i jasny sposób wyjaśnia, czym zajmuje się Twoja firma, jakie problemy rozwiązuje i jakie korzyści przynosi klientom.

Koncepcja One-Linera została spopularyzowana przez Donalda Millera w jego metodologii StoryBrand jako narzędzie do klarownej i skutecznej komunikacji oferty.

Główne cechy One-Linera:

- Zwięzły i praktyczny
- Wyjaśnia, jak Twoja firma rozwiązuje problemy klientów
- Jest fundamentem komunikacji w prezentacjach, na stronach internetowych czy w rozmowach z klientami

Przykłady One-Linerów znanych marek:

- **Google:** "Organizujemy informacje na świecie, czyniąc je powszechnie dostępnymi i użytecznymi."
- **Allegro:** "Wszystko, czego potrzebujesz, w jednym miejscu."

Tagline

Tagline to krótkie hasło, które podsumowuje najważniejszą wartość Twojej marki. Jego celem jest budowanie emocjonalnego połączenia z klientami i wzmacnianie tożsamości marki.

Główne cechy Tagline:

- Bardzo zwięzły (1-5 słów)
- Łatwy do zapamiętania i przekazania dalej
- Skupia się na emocjach i wartościach marki

Przykłady Tagline'ów znanych marek:

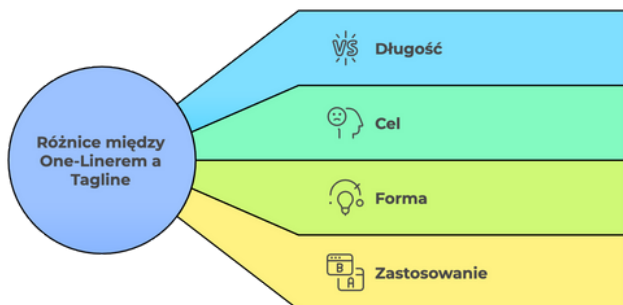
- **Nike:** "Just Do It"
- **Apple:** "Think Different"
- **Allegro:** "Najszybsze zakupy w internecie"



Think different.™

Różnice między One-Linerem a Tagline

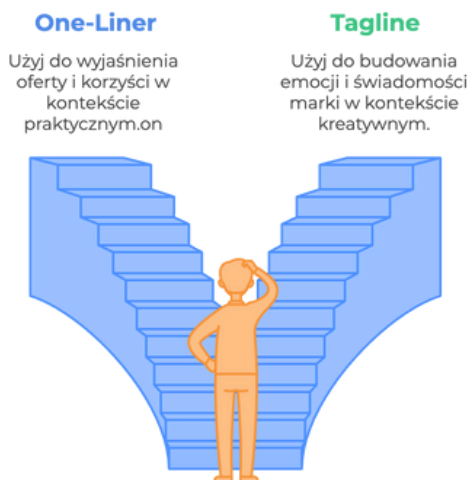
Kluczowe różnice między One-Linerem a Tagline



Cecha	One-Liner	Tagline
Długość	Rozwinięte zdanie (1-2 zdania)	Krótkie (1-5 słów)
Cel	Wyjaśnienie oferty i korzyści	Budowanie emocji i świadomości marki
Forma	Praktyczna i edukacyjna	Kreatywna i emocjonalna
Zastosowanie	Strony WWW, prezentacje, rozmowy z klientami	Logo, reklamy, branding

Różnice między One-Linerem a Tagline

Który komunikat do czego użyć?



Jak stworzyć skuteczny One-Liner?

Proces tworzenia One-Linera składa się z trzech kluczowych kroków:

1. Identyfikacja problemu klienta

- Określ główne wyzwania i frustracje Twojego klienta
- Rozważ problemy na trzech poziomach:

A. Obiektywne (np. "Nie mogę znaleźć dobrego narzędzia do zarządzania czasem")

B. Emocjonalne (np. "Czuję się przytłoczony ilością zadań")

C. Filozoficzne (np. "Dlaczego inni radzą sobie lepiej, mając tyle samo godzin w ciągu dnia?")

2. Przedstawienie rozwiązania

- Opisz, jak Twój produkt lub usługa rozwiązuje **zidentyfikowane problemy**
- Używaj **prostego języka**, unikaj żargonu i skomplikowanych terminów
- Skoncentruj się na **konkretnych działaniach i rezultatach**

3. Podkreślenie korzyści

- Wskaż wymierne **rezultaty**, jakie klient osiągnie
- Skup się na **realnych** zmianach w życiu lub biznesie klienta
- Pokaż transformację **"przed i po"**

Przykład kompletnego One-Linera: "Pomagamy przedsiębiorcom uporządkować komunikację marki, co pozwala przyciągnąć więcej klientów i zwiększyć sprzedaż."

Jak stworzyć skuteczny Tagline?

Proces tworzenia Tagline'a wymaga skupienia się na trzech głównych elementach:

1. Wartość marki

- Zidentyfikuj **unikalną wartość Twojej firmy**
- Określ, co **wyróżnia** Cię na tle konkurencji
- Wybierz **jedną**, najważniejszą **korzyść** dla klienta

2. Język i forma

- Używaj **prostych**, zrozumiałych słów
- Twórz hasło, które można zapamiętać **w kilka sekund**
- Stosuj **aktywne czasowniki i mocne rzeczowniki**
- Unikaj **żargonu** i zbyt skomplikowanych konstrukcji

3. Emocjonalny przekaz

- Wzbudzaj **pozytywne** skojarzenia
- Buduj **więź** z odbiorcą
- Inspiruj **do działania lub zmiany**

Przykład kompletnego Tagline'a: "Strony internetowe, które nie tylko wyglądają dobrze, ale sprzedają."

Podsumowanie

One-Liner i Tagline to dwa kluczowe elementy komunikacji Twojej marki. One-Liner pozwala w prosty sposób przedstawić ofertę i korzyści, natomiast Tagline buduje emocjonalne połączenie z klientami i wzmacnia świadomość marki.

Połączenie tych dwóch narzędzi pozwoli Ci wyróżnić się na rynku, przyciągnąć uwagę klientów i zwiększyć sprzedaż.

Zrób pierwszy krok w stronę spójnej komunikacji – opracuj swój One-Liner i Tagline, aby Twoja marka była dobrze zrozumiana i przyciągała klientów.

Więcej praktycznej wiedzy znajdziesz na moim blogu, gdzie raz w tygodniu publikuję nowości ze świata marketingu i sprawdzone wskazówki.



Rozpocznij przygodę z e-commerce #sklepinternetowy #sprzedazwinternecie

Otwórz drzwi do świata e-commerce z naszymi ekspertami! 🌟 Oferujemy konsultacje dla firm rozpoczynających sprzedaż online. Dzięki naszej wieloletniej wiedzy pomożemy Ci zbudować skuteczną strategię i...

PH New Step