Balík checklistů pro klienty

Pět checklistů pro onboarding klientů (brief webu ve dvou částech), zkrácených na zaškrtávací body — bez sloupce s odůvodněním, to je na vlastní stránce každého návodu (odkaz na konci každé sekce). Zdarma z briefgate.dev.

1. Brief webu, část 1: otázky před začátkem návrhu

Jakýkoli webový projekt — před začátkem návrhu

PODNIKÁNÍ A CÍLE

☐ Co má web zvládnout v prvních šesti měsících?
☐ Jakou jedinou akci má návštěvník udělat?
☐ Kdo jsou dva až tři největší konkurenti a co se vám na jejich webu líbí nebo nelíbí?
☐ Co teď projekt spouští — rebranding, rozbitý starý web, nová firma, něco jiného?
☐ Co by tenhle projekt udělalo neúspěšným, i kdyby web vypadal skvěle?
☐ Používáte už analytiku, CRM nebo e-mailový nástroj, na který se má web napojit?

CÍLOVÁ SKUPINA

☐ Kdo je váš ideální zákazník?
☐ Jaké zařízení používá většina vašich návštěvníků — spíš mobil, nebo počítač?
☐ Na co se lidé ptají, než u vás nakoupí nebo si rezervují?
☐ Co zákazníka odradí od výběru vás místo konkurence?
☐ Je web hlavně pro nové zákazníky, pro stávající, nebo pro obojí?

BRAND A STYL

☐ Máte hotové logo a značkový manuál?
☐ Jmenujte tři weby, jejichž vzhled se vám líbí, a řekněte proč.
☐ Vyberte tři slova, jak má brand působit.
☐ Jsou barvy, fonty nebo styly, kterým se chcete vyhnout?
☐ Máte už brandové fonty, nebo je máme vybrat my?
☐ Existuje styl manuál nebo soubory od předchozího grafika, které bychom měli vidět?

OBSAH

☐ Máte vlastní texty hotové, nebo potřebujete pomoc s copywritingem?
☐ Jaké stránky web potřebuje — domů, o nás, služby, kontakt, blog, jiné?
☐ Máte hotové popisy produktů nebo služeb?
☐ Máte profesionální fotky, nebo bude potřeba focení či fotobanka?
☐ Máte reference, recenze nebo případové studie, které můžeme použít?
☐ Jaká je otevírací doba, oblast působení a cenová struktura, pokud jsou veřejné?
☐ Máte už zásady ochrany osobních údajů a obchodní podmínky, nebo je potřeba je napsat?

TECHNICKÉ ZÁZEMÍ

☐ Máte už doménu, nebo je potřeba ji zaregistrovat?
☐ Nahrazuje se existující web? Co se musí přenést — adresy stránek kvůli SEO, e-mailové účty, plán přesměrování?
☐ Máte preferovanou platformu — WordPress, Shopify, řešení na míru, nebo je vám to jedno?
☐ Potřebujete e-shop, rezervace nebo napojení na platební bránu, kalendář či CRM?
☐ Kdo teď spravuje hosting a firemní e-mail a změní se to s tímhle projektem?
☐ Chcete nastavit analytiku nebo sledování reklam (Google Analytics 4, Meta pixel a podobně)?

HARMONOGRAM A ROZPOČET

☐ Existuje pevný termín — akce, spuštění, kolo investic, veletrh?
☐ Jaké je rozpočtové rozpětí projektu?
☐ Kdo má finální slovo při schvalování designu — jedna osoba, nebo komise?
☐ Jak dostupní budete pro zpětnou vazbu a schvalování během projektu?
☐ Chcete po spuštění průběžnou správu a podporu, nebo jde o jednorázovou zakázku?

2. Brief webu, část 2: podklady a přístupy

Jakýkoli webový projekt, už naceněný a zadaný

IDENTITA A ZNAČKA

☐ Soubor s logem (SVG nebo PNG ve vysokém rozlišení)
☐ Barvy značky (hex kódy, pokud je klient má)
☐ Preference písma, pokud existuje
☐ Existující brand manuál

OBSAH

☐ Nadpis a úvodní text hlavní stránky
☐ Text dalších podstránek (o nás, služby...)
☐ Fotky (s uvedeným minimálním počtem a rozlišením předem)
☐ Bio a fotky týmu
☐ Reference nebo recenze
☐ Video nebo jiné mediální podklady

TECHNICKÉ PŘÍSTUPY A INTEGRACE

☐ Přihlášení do administrace stávajícího webu, pokud existuje
☐ Přístup k registrátorovi domény nebo delegace DNS
☐ Přístup k hostingu, pokud projekt zůstává na stávajícím
☐ Sledovací ID pro analytiku (např. Google Analytics)
☐ Napojení na e-mailový marketing nebo CRM
☐ Účty třetích služeb pro rezervace, platby nebo objednávky

PRÁVNÍ A FIREMNÍ NÁLEŽITOSTI

☐ Název, adresa a kontaktní údaje firmy přesně tak, jak mají být uvedené
☐ Otevírací doba, oblast působení nebo jiná provozní fakta
☐ Ceník nebo balíčky služeb, pokud mají být na webu
☐ Zásady ochrany osobních údajů a obchodní podmínky
☐ Oborová upozornění (zdravotnictví, finance, právo, alkohol)
☐ Kdo má pravomoc finální web schválit

Plný návod s odůvodněním a časováním u každé položky: briefgate.dev/cs/docs/website-project-intake-checklist

3. Brief na logo a branding: checklist

Konkrétně projekty na logo a vizuální identitu

BYZNYS A POSITIONING

☐ Kde firma stojí na ose cena–kvalita — nízká, střední, nebo prémiová?
☐ Potřebuje se název vysvětlovat, nebo musí být na první pohled jasné, jak se čte?
☐ Musí značka fungovat i jako samostatná ikona — ikona aplikace, avatar, favicon — odděleně od celého loga?
☐ Jakou jedinou asociaci by mělo logo vyvolat v první vteřině?

CÍLOVÁ SKUPINA

☐ Kde lidé značku nejčastěji poprvé uvidí — na telefonu, na provozovně, na vizitce, na billboardu?
☐ Má vaše odvětví vizuální konvenci, kterou publikum očekává?
☐ Bude stejná značka cestovat mezi velmi odlišnými kontexty — formální faktura a příspěvek na síti?

OSOBNOST A HODNOTY

☐ Vyberte tři slova, jak by se měla značka cítit.
☐ Existují slova, barvy nebo tvary, které by k této značce vůbec neseděly?
☐ Jmenujte značku z jiného oboru, jejíž osobnost se blíží tomu, co chcete.

KONKURENCE A REFERENCE

☐ Kdo jsou dva až tři přímí konkurenti a co si myslíte o jejich logách?
☐ Existuje logo — z jakéhokoli oboru — které obdivujete? Co konkrétně se vám na něm líbí?
☐ Existuje logo, ve vašem oboru nebo mimo něj, které vyloženě nemáte rádi? Proč?

POUŽITÍ A FORMÁTY

☐ Kde se značka fyzicky objeví — na obalu, na vozidle, na vývěsním štítu, na výšivce, jako favicon, jako avatar?
☐ Potřebuje horizontální variantu, variantu na výšku a samostatnou ikonu?
☐ Musí fungovat v jedné barvě a v obrácené podobě (světlé na tmavém)?
☐ Jaká je nejmenší velikost, ve které musí zůstat čitelná?

OMEZENÍ A EXISTUJÍCÍ MATERIÁLY

☐ Je na současném logu něco, čím je firma známá a co by nemělo zmizet?
☐ Proběhla rešerše ochranných známek, nebo je potřeba ji udělat před finálními návrhy?
☐ Existuje slogan, který se musí do loga zakomponovat, nebo se řeší odděleně?

VÝSTUPY A HARMONOGRAM

☐ Kolik úvodních směrů a kolik kol úprav je součástí zakázky?
☐ Jaké finální formáty souborů jsou potřeba — vektorový zdroj, tisková verze PDF, průhledné PNG, favicon?
☐ Kdo má finální slovo při schvalování?
☐ Existuje pevný termín dodání a co ho určuje?

MATERIÁLY KE SBĚRU VEDLE ODPOVĚDÍ

☐ Soubor se současným logem, v jakémkoli formátu, který klient reálně má
☐ Existující brand manuál, pokud existuje, jako PDF
☐ Fotky značky v jejím současném fyzickém kontextu
☐ Screenshoty nebo odkazy na loga konkurence a referencí
☐ Moodboard toho, co se líbí a co ne

Plný návod s odůvodněním u každé otázky: briefgate.dev/cs/docs/logo-and-brand-design-brief-checklist

4. Podklady pro mobilní aplikaci: checklist

Vývoj aplikace, iOS i Android

ÚČTY A PŘÍSTUPY

☐ Registrace v Apple Developer Program pod vlastní identitou klienta
☐ Vývojářský účet v Google Play Console pod vlastní identitou klienta
☐ Vy jako spolupracovník s vývojářskou rolí, ne jako plný vlastník účtu
☐ Přístup k existujícímu záznamu aplikace, pokud přebíráte již běžící aplikaci
☐ API přístupy pro App Store Connect / Play Console, pokud automatizujete buildy nebo vydávání

IDENTITA A PODKLADY PRO ZÁZNAM V OBCHODĚ

☐ Název aplikace a zdrojový soubor ikony
☐ Popis pro obchod (krátký i dlouhý, ve formátu daného obchodu)
☐ Screenshoty nebo podklady na jejich přípravu
☐ Kategorie a klíčová slova pro vyhledávání
☐ URL podpory a URL zásad ochrany osobních údajů

OBSAH

☐ Jaké jazyky má aplikace podporovat
☐ Texty uvnitř aplikace — onboarding, popisky obrazovek, prázdné stavy, chybové hlášky
☐ Licencovaná média (stock fotky, sady ikon, fonty), ke kterým už má klient práva
☐ Právní text, který musí být přímo v aplikaci (obrazovka s přijetím podmínek, upozornění)

INTEGRACE A PŘÍSTUPOVÉ ÚDAJE

☐ API klíče pro jakoukoli službu, na které stojí klíčová funkce aplikace (mapy, platby, rezervace)
☐ Přístupy k backendu nebo CMS, pokud aplikace komunikuje s existujícím systémem
☐ Přístupy pro push notifikace (APNs klíč pro iOS, server key pro Android)
☐ Účet u platební brány, pod vlastním jménem klienta, pokud aplikace přijímá platby
☐ Přístupové údaje pro přihlášení přes sociální sítě, pokud je plánované „přihlásit se přes…“

PRÁVNÍ A COMPLIANCE

☐ Zásady ochrany osobních údajů
☐ Jaká uživatelská data aplikace skutečně sbírá a proč
☐ Podmínky používání
☐ Odpovědi na dotazník pro věkové hodnocení (násilí, obsah od uživatelů, herní prvky apod.)
☐ Odvětvová upozornění specifická pro obor (zdravotní data, finanční služby, aplikace pro děti)

TESTOVÁNÍ A VYDÁNÍ

☐ Minimální verze OS a rozsah podporovaných zařízení
☐ E-maily interních testerů (TestFlight, interní testovací kanál v Play)
☐ Očekávání ohledně analytiky nebo hlášení pádů
☐ Pevný termín vydání a co ho určuje
☐ Kdo má finální slovo pro odeslání do obchodů

Plný návod s odůvodněním a časováním u každé položky: briefgate.dev/cs/docs/mobile-app-project-intake-checklist

5. Checklist podkladů pro tvorbu e-shopu

Internetové obchody

PRODUKTY A KATALOG

☐ Kompletní seznam produktů s názvy a krátkými popisy
☐ Kategorie a jejich zanoření
☐ Varianty (velikost, barva, materiál) a jejich struktura
☐ SKU nebo jiný jednoznačný identifikátor produktu
☐ Fotky produktů, na produkt nebo variantu
☐ Celkový počet produktů, i odhadem

CENY A DPH

☐ Cena u každého produktu, s DPH, nebo bez
☐ Sazba DPH u produktu nebo kategorie, pokud se liší
☐ Měna a případně které země e-shop obsluhuje
☐ Pravidla slev a akcí, pokud se plánují ke spuštění
☐ Fakturační údaje firmy (název, IČO, DIČ, sídlo)

MÉDIA

☐ Fotky produktů v uvedeném minimálním rozlišení
☐ Kategoriové nebo bannerové obrázky pro hlavní stránku
☐ Velikostní tabulky nebo návody na velikost, u oblečení a podobného zboží
☐ Produktová videa, pokud se používají

LOGISTIKA A PLATBY

☐ Jaké platební metody přijímat (karty, bankovní převod, platba později, lokální peněženky)
☐ Účet u platební brány, ověřený a schválený
☐ Dopravci a struktura cen dopravy
☐ Přístupové údaje k účtu dopravce, pokud se ceny nebo štítky stahují živě
☐ Hmotnost a rozměry produktů
☐ Způsob vyřizování objednávek (vlastní balení, externí sklad, dropshipping)
☐ Podmínky vrácení a výměny zboží

PRÁVNÍ A COMPLIANCE

☐ Obchodní podmínky a pravidla pro odstoupení od smlouvy
☐ Zásady ochrany osobních údajů a souhlas s cookies
☐ Specifická omezení podle oboru (věkově omezené nebo regulované zboží)
☐ Postup vyřizování reklamací, pokud to zákon vyžaduje

ÚČTY A PŘÍSTUPY

☐ Přístup k doméně, hostingu a DNS
☐ API klíče platební brány, po schválení účtu
☐ Přístup k účtu dopravce, pokud se napojuje
☐ Přístup do ERP, účetního nebo skladového systému, pokud je potřeba synchronizace
☐ Účty na tržištích nebo sociálních sítích s prodejem, pokud se produkty nabízejí i jinde

MARKETING

☐ ID pro analytiku a sledování konverzí
☐ Údaje pro e-mailový marketing nebo nástroj na opuštěné košíky
☐ Plánované akce nebo slevové kódy ke spuštění

Plný návod s odůvodněním a časováním u každé položky: briefgate.dev/cs/docs/ecommerce-website-intake-checklist

6. Nový klient v účetnictví: co si vyžádat hned na začátku

Účetní a daňová spolupráce

IDENTIFIKAČNÍ A ZAKLADATELSKÉ ÚDAJE

☐ Přesný název firmy, právní forma, IČO a DIČ
☐ Výpis z obchodního nebo živnostenského rejstříku
☐ Společenská smlouva nebo zakladatelská listina, pokud existuje
☐ Hlavní kontaktní osoba a kdo má podpisové právo
☐ Účetní období a způsob vedení (jednoduché/podvojné účetnictví, plátce DPH)

ÚČETNÍ HISTORIE

☐ Účetní závěrky z minulých let, pokud existují
☐ Daňová přiznání z minulých let, pokud klient přechází od jiného účetního
☐ Stávající účtový rozvrh, pokud klient už používá účetní software
☐ Neuhrazené vydané a přijaté faktury, pokud klient přechází v průběhu roku

PŘÍSTUP K BANKOVNICTVÍ A POHYBŮM

☐ Bankovní výpisy za období, které přebíráte
☐ Přístup do internetového bankovnictví, ideálně jen pro čtení/náhled, pokud to banka umožňuje
☐ Potvrzení, že přes firemní účet neprotékají soukromé platby, nebo plán, jak je oddělit

MZDOVÉ PODKLADY, POKUD JE RELEVANTNÍ

☐ Seznam zaměstnanců nebo spolupracovníků se mzdovými sazbami
☐ Mzdové sestavy za letošní rok, pokud klient přechází v jeho průběhu
☐ Přístup do mzdového systému, pokud ho klient dál používá

ZPLNOMOCNĚNÍ A ROZSAH SLUŽEB

☐ Podepsaná smlouva nebo objednávka s přesným rozsahem služeb
☐ Plná moc k zastupování na finančním úřadu, případně u ČSSZ a zdravotní pojišťovny, pokud je to v rozsahu
☐ Přístup do datové schránky nebo zmocnění ke sledování doručených zpráv
☐ Jaký software klient aktuálně používá, pokud nějaký, a jestli v něm spolupráce pokračuje

Plný návod s odůvodněním a časováním u každé položky: briefgate.dev/cs/docs/bookkeeping-client-onboarding-checklist

Volný balík checklistů z briefgate.dev/cs/docs/client-onboarding-checklist-pack — upravte podle svých projektů. Proměňte kterýkoli seznam v automatizovaný sběr podkladů na briefgate.dev.