

# Cyfrowe formy raportów ESG

Planujesz realizację?

Podpowiadamy o czym warto pamiętać.

Gotowe checklistsy dla raportów:

→ w formie PDF,

→ w formie WWW,

oraz kilka dodatkowych wskazówek.



# 01.

## Checklista – raport ESG w formie PDF

Podana lista nie obejmuje wszystkich aspektów realizacji projektu. Skupiliśmy się na tych punktach, których brak powoduje liczne komplikacje w projekcie.

### 01. Content/Copywriting

---



Poinformuj wykonawcę czy dostarczysz gotowe treści, czy będzie wymagane preredagowanie tekstów, bądź ich korekta.

### 02. Logo i brandbook

---



Logo w wersji wektorowej to podstawa. Brandbook, jeśli tylko Twoja organizacja dysponuje aktualną wersją, również powinna trafić w ręce agencji.

### 03. Wersje językowe

---



Poinformuj z wyprzedzeniem agencję tłumaczeń i zarezerwuj czas.

### 04. Harmonogram działań

---



Zweryfikuj oczekiwania agencji względem faktycznych możliwości osób, które odpowiadają za dostarczenie materiałów.

### 05. Wskaźniki i ich akceptacja

---



W sytuacji, gdy otrzymujesz dane z innych działów, upewnij się, że są sprawdzone i ostateczne. Jeśli jeszcze nie dysponujesz tym materiałem i tym samym wstrzymujesz agencję, rozwiązaniem jest wskazanie zeszlórocznego raportu (o ile takowy jest). Informacja o ilości i formacie, pozwoli na zaplanowanie układu treści i designu.

### 06. Interaktywne elementy raportu

---



W formacie PDF można zastosować elementy nawigacji, jak np. spis treści (po kliknięciu user przenosi się do wybranego działu). Poinformuj Wykonawcę, jeśli chcesz skorzystać z takiego rozwiązania.

### 07. Jeden PDF czy kilka plików?

---



Raport całościowy w jednym pliku to konieczność, jednak dodatkową opcję może stanowić wyodrębnienie osobnych plików z poszczególnych działów. Takie rozwiązanie sprawdza się, gdy poszczególne części raportu chcesz zamieszczać na kilku podstronach swojego serwisu WWW.

### 08. Zdjęcia

---



Szczególnie wrażliwy temat w kontekście członków zarządu. Upewnij się, że korzystasz ze zdjęć aktualnych, zatwierdzonych przez managerów. Jeśli okaże się, że jest potrzebna sesja – lepiej wiedzieć o tym wcześniej.

### 09. Promocja raportu

---



Warto zaplanować posty promujące raport, jak również zamieścić odnośniki prowadzące do niego w innych serwisach Twojej organizacji (w zależności od ich tematyki).

# O2.

## Checklista – raport ESG w formie WWW

Podana lista nie obejmuje wszystkich aspektów realizacji projektu. Skupiliśmy się na tych punktach, których brak powoduje liczne komplikacje w projekcie.

### 01. Content/Struktura

---



Nawet, jeśli na tą chwilę nie dysponujesz jeszcze kompletem treści, podaj agencji jak najwięcej wskazówek na temat obszarów/ilości tekstów i zdjęć. Pomoże to w opracowaniu optymalnej nawigacji serwisu.

### 02. Content/Copywriting

---



Poinformuj wykonawcę czy dostarczysz gotowe treści, czy będzie wymagane przeredagowanie tekstów, bądź ich korekta.

### 03. Logo i brandbook

---



Logo w wersji wektorowej to podstawa. Brandbook, jeśli tylko Twoja organizacja dysponuje aktualną wersją, również powinna trafić w ręce agencji.

### 04. Wersje językowe

---



Poinformuj z wyprzedzeniem agencję tłumaczeń i zarezerwuj czas.

### 05. Harmonogram działań

---



Zweryfikuj oczekiwania agencji względem faktycznych możliwości osób, które odpowiadają za dostarczenie materiałów.

### 06. WCAG

---



Z uwagi na aspekt odpowiedzialności społecznej, serwis powinien być przyjazny dla osób ze specjalnymi potrzebami.

### 07. Domena

---



Twój raport musi być osadzony pod konkretnym adresem. Ustal to i poinformuj agencję i swój dział IT.

### 08. Hosting

---



Będzie konieczność wdrożenia raportu w formie www na konkretny serwer. Agencja potrzebuje otrzymać dane dostępowe. Możesz połączyć dział IT i agencję, z pewnością między sobą ustalą najważniejsze kwestie techniczne.

### 09. Polityka prywatności

---



Nie sprawi, że Twój raport będzie wyjątkowy ale brak tego elementu może przysporzyć problemów.

## 10. Formularz kontaktowy

---



Podaj adres mailowy na który mają być wysłane wiadomości z formularza kontaktowego.

## 11. PDF do pobrania

---



W sytuacji, gdy również realizujesz raport w formie PDF, zaplanuj możliwość jego pobrania a nawet wydzielenia jego części i zamieszczenia ich w poszczególnych działach serwisu WWW.

## 12. Google Analytics

---



Warto mierzyć efekty. Podaj adresy mailowe osób z Twojej organizacji, które powinny mieć dostęp do statystyk raportu w formie www.

## 13. Promocja raportu

---



Warto zaplanować posty promujące raport, jak również zamieścić odnośniki prowadzące do niego w innych serwisach Twojej organizacji (w zależności od ich tematyki).

---

# 03. Przydatne wskazówki

1. Opracuj wciągającą narrację, która opowie o twojej firmie. Pamiętaj, że twoje przedsiębiorstwo to więcej, niż cyfry.
2. Postaw na przejrzysty design i czytelność – minimalizm jest w cenie.
3. Nie próbuj przeladować raportu informacjami. Selekcjonuj dane na poszczególnych ekranach, dając odbiorcy możliwość wyboru treści i „przeklikania się” po raporcie.
4. Pamiętaj o czytelnej nawigacji i sekcjach tematycznych użytkownik musi wiedzieć gdzie i jakich informacji szukać.
5. Nie zapomnij o responsive web design – większość osób korzysta dziś z internetu w komórkach.
6. Pamiętaj o dzieleniu się treścią – ułatw to użytkownikowi, dodając wtyczki do lajkowania, udostępniania na portalach społecznościowych i przesyłania raportu mailem.

# Życzymy powodzenia w realizacji projektu!

Masz pytania?  
Zapraszamy do kontaktu!

Napisz na [hello@nomonday.pl](mailto:hello@nomonday.pl)  
lub zadzwoń [+48 530 402 819](tel:+48530402819)

[nomonday.pl](http://nomonday.pl)  
[raporty.nomonday.pl](http://raporty.nomonday.pl)



**nomonday**