

Krok	Działanie i wymagania	Weryfikacja (TAK/NIE) + notatki
FUNDAMENTY I ANALIZA		
Audyty Wstępny	Czy przeprowadzono audyt dotychczasowych działań w celu wykrycia wszystkich pułapek i czynników zawiżających koszty (np. problemy serwerowe, toksyczny ruch)?	
Cele SMART	Czy cele w harmonogramie są zdefiniowane metodą SMART (Specific, Measurable, Achievable, Relevant, Time-bound)?	
OPRACOWANIE DZIAŁAŃ		
Long-Tail Content	Czy zaplanowane treści koncentrują się na Long-Tail Keywords, eliminując marnotrawienie budżetu na walkę o drogie head keywords?	
Integracja Kanałów	Czy harmonogram przewiduje synergię kanałów (PPC, Content, Social Media), tak aby droższe PPC dostarczało danych dla tańszego SEO?	
Definicja zadań (harmonogram vs. plan)	Czy wszystkie pozycje w kalendarzu są konkretnymi, operacyjnymi zadaniami z datą rozpoczęcia/zakończenia, a nie ogólnikowymi hasłami strategicznymi?	
WDROŻENIE I KONTROLA		
Wybór narzędzi	Czy wybrano i wdrożono proste narzędzie do wizualizacji harmonogramu i zarządzania zadaniami (np. Trello, Notion, ClickUp)?	
Stałe punkty kontrolne	Czy w harmonogramie zaplanowano regularne (np. miesięczne/kwartalne) spotkania/przeglądy w celu oceny postępów w realizacji celów SMART?	
Mechanizm Stop-Loss	Czy wdrożono mechanizm (lub procedurę manualną), który gwarantuje błyskawiczne usunięcie nieskutecznych elementów (kampanii/treści) z harmonogramu, jeśli nie generują konwersji?	
Weryfikacja techniczna	Czy harmonogram uwzględnia regularne sprawdzenie, czy kliknięcia reklam przekładają się na sesje na stronie oraz audyt umiejscowienia reklam (Placement Monitor)?	