

Ekonomiczny Uniwersytet Dziecięcy



Tworzenie treści marketingowych i rodzaje copywritingu

mgr Paulina Jabłońska

Politechnika Gdańska
Data: 28 marca 2024r.





Tworzenie treści marketingowych i rodzaje copywritingu

Treść marketingu a copywritingu

Marketing

obejmuje tworzenie i rozpowszechnianie treści mających zdobyć zainteresowanie odbiorców i zachęcić ich do zakupów

Copywriting

pisanie tekstów na potrzeby różnych kanałów oddziaływania na zachowania konsumentów, dlatego jest tylko jednym z elementów content marketingu.

Treść marketingu

Celem marketingu treści jest nie tylko znajdowanie potencjalnych klientów, ale również zwiększanie świadomości marki, sprzedaży, zasięgu, interakcji i zaangażowania klientów oraz wzmocnienie ich lojalności. Ponadto służy do edukowania klientów i potencjalnych klientów w zakresie produktów i usług, zacieśniania relacji z klientami oraz budowania poczucia wspólnoty wokół marki.

Rodzaje copywritingu

1. **Copywriting kreatywny** – hasła i slogany reklamowe, scenariusze reklam i spotów,
2. **Webwriting** – treści internetowe, np. artykuły blogowe, opisy kategorii i produktów, newslettery, posty w social mediach,
3. **SEO copywriting** – treści internetowe, których celem jest pozycjonowanie strony w wyszukiwarce (głównie artykuły, opisy kategorii i produktów),
4. **copywriting sprzedażowy** – ulotki, prezentacje produktowe,
5. **naming** – nazwy firm, produktów i usług,
6. **PR copywriting** – treści PR-owe, np. notki prasowe, wywiady.

Marketing a Copywriting

*Może to jej urok,
może to
Maybelline*



*Red Bull doda Ci
skrzydeł.*



Wideo

Blogi

Infografiki

Marketing

Social
media

Podcasty

Artykuły

Firma Maspex rozpoczyna szeroką dystrybucję linii napojów gazowanych Tymbark GAZZZowany



Marka Dawtona rozpoczęła współpracę przy programie “MasterChef Nastolatki”

Marka dostarczyła uczestnikom programu swoje produkty, takie jak: passaty, pomidory oraz inne warzywa w puszcze, które następnie były wykorzystane w przygotowaniu konkursowych dań.



Julia Wieniawa ambasadorką herbatek Lipton



Sprite sprzedawany w butelkach bez etykiet



McDonald's zmienił przepis na Big Maca Sieć fast foodów McDonald's wprowadziła zmiany w przepisie na klasycznego Big Maca. Będzie więcej sosu, a pikle i zioła będą świeższe



Ciekawostki 😊

1. Firmy często wykorzystują psychologię kolorów w swoich kampaniach marketingowych. Na przykład, czerwony jest często używany do przyciągnięcia uwagi, natomiast niebieski buduje zaufanie.
2. Czekolada wykorzystywana w reklamach słodczy tak naprawdę nie jest czekoladą, tylko brązową farbą do ścian. Prawdziwa czekolada przelewana z naczynia do naczynia za mocno się pieni i nie wygląda estetycznie.
3. Kurczaki z różną prezentowane w reklamach restauracji i sklepów są pokryte złotą-brązową farbą, aby ich skórka wyglądała apetyczniej niż w rzeczywistości.
4. Część cukierni na świecie nie używa zwykłych szyb do witryn, ale szkła, które delikatnie powiększa znajdujące się za nim pączki i ciastka.
5. Wiele cen w sklepach kończy się wartością 99 groszy, ponieważ badania potwierdziły, że ludzie zaniżają bezwiednie taką ceną o 99 groszy, a nie zawyżają jej o grosz.

Co należy określić przed kampanią?

1. Cel – co chcemy osiągnąć?
2. Grupa docelowa- do kogo chcemy trafić?
3. KPI – w jaki sposób sprawdzisz, czy kampania była sukcesem? Określ, czy efekty będziesz mierzyć we wzroście sprzedaży, polubieniach postów, liczbie odwiedzin stron czy częstotliwości wpisywania pewnych fraz w Google
4. Harmonogram – kiedy, jak i gdzie będziesz publikować swoje treści?
5. Budżet – jakie są Twoje finanse na daną kampanię?
6. Kanały – z jakich platform będziesz korzystać? Jeśli social media – to które?
7. Forma contentu – webinary, infografiki, e-booki czy coś innego? Co ma zachwycić i przyciągnąć użytkowników?