

Spis treści

Notka o autorze	5
Wstęp	6
Rozdział 1. Content marketing i dystrybucja treści – czyli jak dobrać treści do kanałów dystrybucji	8
Strona internetowa	8
Media społecznościowe	12
Newsletter	15
Blog	15
Rozdział 2. SEO – czyli jak zoptymalizować treść pod kątem wyszukiwarek	17
Frazy kluczowe	18
Znacznik <i>meta description</i>	20
Rozdział 3. Webwriting – czyli jak skonstruować punkty krytyczne tekstu internetowego	24
Tytuł	29
Lead	34
Wizualna przejrzystość	38
Rozdział 4. Promowanie – czyli jak wykorzystać język perswazji w spisie oferty	41
Persona	41
Mapa empatii	42
Język korzyści	43
Program	44
Przekonywanie	45
Wyróżnienia graficzne	47
Wezwanie do działania	49
Społeczny dowód słuszności	50
Zasada niedostępności	52
Newsletter instytucji kultury	57

Rozdział 5. Zapowiadanie – czyli jak zaciekawić Czytelnika wydarzeniem

Pytanie zamknięte.....	70
Pytanie z presupozycją	72
Pytanie wzbudzające ciekawość	73
Pętla poznawcza	75
Storytelling w zapowiedziach.....	77
	82

Rozdział 6. Popularyzowanie – czyli jak tworzyć inspirujące mikrotreści w mediach społecznościowych

Ciekawostka	86
Cytat.....	87
Newsjacking	89
Opowieść	92
Z życia instytucji	94
Żarty	96
Budowanie społeczności	98
Zachęta do komentowania	98
Zagadka i quiz	102

Rozdział 7. Lekki styl – czyli jak pisać, by dobrze się czytało

Obrazy.....	106
Dynamika.....	106
Strona bierna.....	109
Czasowniki <i>mieć i być</i>	109
Nominalizacje.....	110
Słowa-śmiecici	110
Zdania.....	112
Zakończenie	112
	115

Bibliografia