

# Spis treści

<b>Wstęp</b> .....	<b>5</b>
<b>Rozdział 1. Zawód: copywriter</b> .....	<b>7</b>
Kim jest copywriter? .....	7
Rodzaje copywritingu .....	9
Rynek copywriterski w Polsce .....	15
Niski próg wejścia do branży — błogosławieństwo czy przekleństwo? .....	17
<b>Rozdział 2. Jak przygotować się do pracy copywritera? .....</b>	<b>21</b>
Każdy może zostać copywriterem .....	21
Cechy dobrego copywritera .....	26
Czy studia kierunkowe są niezbędne? .....	32
Chcesz się przebranżowić? Zrób to z głową .....	33
<b>Rozdział 3. Warsztat pracy</b> .....	<b>39</b>
Ludzie nie czytają, oni skanują .....	39
Idealne formatowanie .....	46
Pisz jak dobry copywriter .....	52
Pozwól tekstom leżakować .....	59
Metoda otwartych i zamkniętych drzwi .....	60
Przydatne narzędzia w pracy copywritera .....	61
<b>Rozdział 4. Copywriter musi umieć sprzedawać .....</b>	<b>71</b>
Poznaj klienta swojego klienta .....	71
Język korzyści .....	74
Zapoznaj się z AIDA .....	76



Call to Action .....	79
Nie używaj słowa „nie” .....	81
3 x CO .....	82
Sprzedawaj obietnice .....	83
Storytelling .....	86
Klątwa wiedzy .....	87
Metoda gumowej kaczuszki .....	90
Zasada KISS — Keep It Simple, Stupid .....	91

## **Rozdział 5. Copywriter musi znać zasady SEO .....** 93

O słowach kluczowych słów kilka .....	93
Jak szukają użytkownicy? .....	94
Frazy kluczowe typu short tail i long tail .....	95
Copywriting mobilny .....	97
Wyszukiwanie głosowe .....	99
Odpowiadaj na pytania .....	101
Analiza i dobór fraz kluczowych .....	102
Mądre rozmieszczanie fraz kluczowych .....	107
Jaka jest odpowiednia długość treści? .....	110
W tekstach SEO liczy się użyteczność .....	112

## **Rozdział 6. Zarabiaj na copywritingu .....** 113

Wyspecjalizuj się .....	113
Gdzie szukać klientów? .....	115
Czego klienci oczekują od copywriterów? .....	118
Dobry wizerunek to podstawa .....	119
Wykorzystaj społeczny dowód słuszności .....	122
Brief, czyli nie trafiaj kulą w płot .....	124
10 żelaznych zasad dobrego copywritera .....	127
Copywriterskie stawki — no to ile zaśpiewać klientowi? .....	129

## **Zakończenie? A może początek? .....** 133

Chcesz dalej rozwijać swój copywriterski warsztat i stawać się #lepszymcopywriterem? .....	134
---	-----