



Marketing i copywriting - gotowe wskazówki do pisania dla Ciebie!

Chase Dimond podzielił się na [Twitterze](#) swoją ściągawką dotyczącą marketingu i copywritingu, która może przydać się za każdym razem, gdy bierzemy się za jakieś zadanie z tego zagadnienia.

Jak sam napisał: *"Oto moja ściągawka, zawierająca krótkie wskazówki i przypomnienia. 10 kategorii, 30 szybkich porad. Zapisz, udostępnij i używaj".*

Dwa razy nie trzeba powtarzać, zatem poniżej znajdziesz przetłumaczony, gotowy plik ze wskazówkami do wykorzystania dla Ciebie!

Kategoria	Szybkie porady i przypomnienia
Nagłówki	<ul style="list-style-type: none">- Trzymaj się poniżej 10 słów.- Zadawaj pytania.- Używaj mocnych słów, skupiających uwagę.
Wezwania do działania (CTA)	<ul style="list-style-type: none">- Bądź konkretny: „Odbierz mój darmowy eBook” zamiast „Pobierz”.- Używaj języka zachęcającego do akcji: „Oferta limitowana”.- Pamiętaj o użytkowniku: „Pokaż mi moją zniżkę”.
Zdanie otwierające e-maile	<ul style="list-style-type: none">- Spersonalizuj wiadomość imieniem odbiorcy.- Podziel się zaskakującym faktem.- Zaczynij od pytania.
Opowiadanie historii	<ul style="list-style-type: none">- Używaj postaci, z którymi można się utożsamić.- Stwórz konflikt.- Podaj rozwiązanie.

Prośba o opinię	<ul style="list-style-type: none"> - Pisz bezpośrednio: „Czy uważasz to za pomocne?”. - Oferta motywacyjna: „Przejrzyj i uzyskaj 10% zniżki”. - Pokaż, że Ci zależy: „Pomóż nam lepiej dopasować ofertę, daj nam informacje zwrotne”.
Długość tekstów	<ul style="list-style-type: none"> - Posty na blogu: 700-1500 słów dla SEO. - E-maile: 50-125 słów dla najwyższej odpowiedzi. - Napisy społecznościowe: poniżej 280 znaków w przypadku zaangażowania.
Treści wizualne	<ul style="list-style-type: none"> - Użyj infografiki dla przedstawiania danych. - Filmy wideo powinny trwać krócej niż 2 minuty, aby zaangażować. - Zawsze używaj tekstu alternatywnego dla ułatwienia dostępu.
Zaangażowanie odbiorców	<ul style="list-style-type: none"> - Odpowiadaj na komentarze w ciągu pierwszej godziny. - Korzystaj z ankiet i quizów. - Zachęcaj do treści generowanych przez użytkowników.
Copywriting dla SEO	<ul style="list-style-type: none"> - Skoncentruj się na jednym głównym słowie kluczowym. - Używaj krótkich akapitów i nagłówków. - Dołącz linki wewnętrzne i zewnętrzne.
Polecenia / opinie i recenzje	<ul style="list-style-type: none"> - Prezentuj autentyczne recenzje. - Użyj kombinacji referencji wideo i tekstowych. - Regularnie aktualizuj o świeże opinie.