

Copywriting



Opis

Copywriter to osoba, która pisze „kopię” jako wykonawca lub w ramach projektu dla firmy lub organizacji. Kopia to każdy tekst używany do marketingu i sprzedaży produktu, usługi lub marki (może to obejmować strony sprzedaży, media cyfrowe, posty na blogu, strony docelowe, posty w mediach społecznościowych, ebooki, studia przypadków i białe książki). Celem kopii jest przekonanie, poinformowanie, uzyskanie dobrej pozycji w wyszukiwarkach (głównie Google) i zmotywowanie czytelnika do podjęcia natychmiastowego działania.

Copywriting to pomysły, propozycje wartości i umiejętności komunikacyjne!



ZBUDUJ SWOJE PORTFOLIO

PODEJMIJ SIĘ NIEODPŁATNEGO PISANIA W CELU ZDOBYCIA DOŚWIADCZENIA

UDOWODNIJ SWOJĄ WARTOŚĆ

BĄDŹ KREATYWNYM I POMYSŁOWYM

NIGDY NIE PRZESTAWAJ SIĘ UCZYĆ

BĄDŹ OSOBĄ WIARYGODNĄ

POZNAJ PODSTAWY MARKETINGU I ZARZĄDZANIA PRZEDSIĘBIORSTWEM

ZARZĄDZAJ SWOIM CZASEM

ZADBAJ O SIĘĆ SWOICH KLIENTÓW





Inwestycja lub koszt wejścia na

Aby rozpocząć świadczenie usług jako copywriter, należy zainwestować w następujący sposób:

- Ołówek i papier (€)
- Komputer stacjonarny lub laptop, monitor + odpowiednie urządzenia peryferyjne (€)
- Oprogramowanie takie jak programy biurowe i edytory tekstu (€)
- Rachunek za telefon (€)
- Szkolenia i certyfikaty, np. kursy, książki, filmy na YouTube, nauka jest niezbędna, aby odnieść sukces jako freelancer copywriter (€)
- Stwórz content marketing, aby promować swoją pracę (€)
- Tworzenie sieci potencjalnych klientów i/lub partnerów (€)
- Utwórz stronę internetową i/lub zacznij budować portfolio, aby pokazać swoją pracę (€)



Wpływ na środowisko

Wpływ na środowisko:

- Praca zdalna. Problemem pozostaje bieżące zużycie energii (ogrzewanie domów, zużycie wody i prądu) (🌿🌿🌿)
- Korzystanie z papieru, jego wykorzystanie i odpady drukarskie (🌿)



- Zużycie energii przez komputer (🌱🌱🌱)
- Przechowywanie danych w chmurze (🌱🌱🌱)

Sposoby na jego ograniczenie to m.in:

- Praca zdalna zmniejsza emisję dwutlenku węgla poprzez:
 - Mniejszy ruch codziennych dojazdów do pracy zmniejsza emisję CO2 i poprawia jakość powietrza na obszarach zabudowanych.
 - Mniejsze zużycie jednorazowych tworzyw sztucznych, ponieważ pracownicy zazwyczaj jedzą i piją z domu.
 - Mniej strat energii spowodowanych niepotrzebnym pozostawieniem włączonych komputerów, świateł, drukarek itp. przez dłuższy czas w ciągu dnia
 - Mniej drukowania i marnowania papieru, ponieważ pliki elektroniczne i PDF są używane jako standard.
- Papier może być poddany recyklingowi.
- Wyłączaj urządzenia, gdy nie pracują, aby zapobiec "ghost electricity".
- Spróbuj zoptymalizować przechowywane pliki. Usuń wszystkie niepotrzebne pliki, aplikacje, zdjęcia i filmy.
- Stwórz przepisy dotyczące rozwiązań cyfrowych (tj. robienie notatek na laptopach i/lub aplikacje do robienia notatek na smartfonach, treści dostępne cyfrowo w chmurze)





Dobra praktyka

- **Bądź ciekawy:** Czerp inspirację z każdego miejsca i w każdym czasie.
- **Szanuj klienta/klientkę:** Zawsze miej go na uwadze i zadawaj dobre pytania, aby uzyskać kluczowe informacje.
- **Poznaj swoją publiczność:** Istotne jest, aby wiedzieć, kim jest twoja publiczność i jak się z nią komunikować. Po wykonaniu tej pracy możesz użyć właściwego języka, aby z nią współbrzmieć.
- **Bądź metodyczny:** Wybierz odpowiedni konspekt copywriterski; zaplanuj każdą sekcję kopii, uzyskaj informacje zwrotne od interesariuszy i przejdź przez kilka rund edycji.
- **Bądź jasny i zwięzły:** Zacznij od jasnych i przekonujących nagłówków, użyj prostego języka i przejdź do sedna, podkreśl swoją propozycję wartości.
- **Copywriting i zrównoważony rozwój:** Kontakt emocjonalny z klientami i innymi interesariuszami poprzez przekazywanie krytycznego, etycznego i ekologicznego stanowiska staje się niezbędne do wzmocnienia bardziej zrównoważonego źródła utrzymania.



Wybór właściwej struktury



Wybór właściwej struktury

1. Opisz problem i umiejscawiaj produkt jako jego rozwiązanie
2. Opowiedz historię, w której produkt bierze udział i jest głównym bohaterem
3. Zadaj i odpowiedz na ewentualne pytania czytelnika związane z produktem
4. Podziel swoją treść na sekcje
5. Opisz tę samą sytuację z wielu perspektyw
6. Zaczynaj od poziomu ogólnego, a następnie rozwijaj głębsze poziomy szczegółowości

Wybierz odpowiednią strukturę i prowadź czytelnika do podjęcia akcji!



Wyzwania

- **Pisanie bez portfolio**
- **Brak zrozumienia marketingu:** Promować siebie i swoje usługi to podstawa do zrobienia sukcesu jako freelance copywriter; w związku z tym, plan marketingowy może pomóc poprawić swoją działalność.
- **Trudności w zarządzaniu zakresem projektu**
- **Zarządzanie czasem** (m.in. zabezpieczanie pracy, marketing, budowanie swojego portfolio, obsługa zadań administracyjnych, networking)
- **Negocjowanie wynagrodzenia i otrzymywanie wynagrodzenia**
- **Utrzymanie klientów**



Porady ogólne/ rozwiązania



- **Zbuduj swoje portfolio, poszukaj pracy, zyskaj wiarygodność**
- **Kształć się w zakresie podstaw marketingu i zarządzania firmą**
- **Unikaj nagromadzenia zadań:** zadawaj z wyprzedzeniem niezbędne i szczegółowe pytania, które pomogą ci zrozumieć ilość pracy, program działań, twoje dokładne obowiązki i oczekiwania klienta
- **Zarządzaj swoim czasem:** możesz to zrobić poprzez ustalenie godzin pracy, stworzenie tygodniowego i dziennego harmonogramu, którego będziesz przestrzegać.
- **Zrób badania:** łatwiej jest negocjować, jeśli masz dobre informacje. Zbadaj standardową wartość rynkową przed podjęciem jakiegokolwiek decyzji.
- **Nawiąż więź z klientem:** Może to zapewnić ci spójne zlecenia, referencje i więcej pieniędzy.



Dla kogo jest to narzędzie/działanie?

- Każdego, kto potrafi pisać, i zaspokoić potrzebę swojego zatrudnienia lub klienta.
- Copywriterzy to mieszanka twórców reklamy, psychologów behawioralnych i handlowców.



- Dobry copywriter jest literacki, dociekliwy, kreatywny, refleksyjny i ma dyscyplinę.
- Osoby o silnych zdolnościach komunikacyjnych: Powinny być w stanie pisać dobrze perswazyjne treści, wiedząc, jak przyciągnąć uwagę czytelnika. Muszą przekazywać pomysły w sposób zwięzły i skuteczny, sprawiając, że różne tematy są łatwe do zrozumienia.
- Osoby o silnych zdolnościach organizacyjnych.

Wnioski

- **Copywriting to pisanie z zamierzonym celem.** Copywriter ma za zadanie doradzić czytelnikowi, jak również zachęcić go do podjęcia działania.
- **Copywriting to pomysły, propozycje wartości i umiejętności komunikacyjne:** chodzi o umiejętność przekształcenia koncepcji w kreatywny, skuteczny i przekonujący język, który inspiruje czytelnika.
- **Nie wymaga wysokich nakładów inwestycyjnych ani kosztów wejścia,** ale wymaga czasu, aby utrwalić solidne podstawy zaufania, sieć klientów i wiarygodność.
- **Wpływ na środowisko jest raczej niewielki** i wiąże się głównie ze zużyciem energii potrzebnej do wykonywania zadań komputerowych i



internetowych. Istnieją sposoby, aby go zmniejszyć lub zrekompensować.

- **Copywriter musi być empatyczny.** Musi również znać odbiorców i dopasować swój język do potencjalnych czytelników. Musi być świetnym story crafterem i technicznym pisarzem.

Referencje

- 9 problems every freelance writer faces when starting out. (2021, May 6). Wave Freelance Hub. Pozyskano 14 czerwca 2022 z <https://www.waveapps.com/freelancing/writing/freelance-writing-challenges>
- CopyPress. (2022a, May 2). Freelance Copywriters: Your Best Content Solution? Content Marketing Agency | Content Marketing Services by CopyPress. Pozyskano 14 czerwca 2022 z <https://www.copypress.com/kb/copy/what-is-a-freelance-copywriter/>
- CopyPress. (2022b, May 2). Freelance Copywriters: Your Best Content Solution? Content Marketing Agency | Content Marketing Services by CopyPress. Pozyskano 14 czerwca 2022 z <https://www.copypress.com/kb/copy/what-is-a-freelance-copywriter/>
- Copywriting, A. (2013, January 28). Copywriter | Copywriting | Copywriters in Norwich, Norfolk, UK. ABC Copywriting. Pozyskano 14 czerwca 2022 z <https://www.abccopywriting.com/>
- Copywriting challenges you will have to face. (2021, August 3). GigLeads. Pozyskano 14 czerwca 2022 z <https://gigleads.uk/copywriting-challenges-you-will-have-to-face/>



- DIGITAL CLEANUP DAY. (n.d.). DIGITAL CLEANUP DAY – Digital Cleanup Day. Retrieved June 14, 2022, from <https://www.digitalcleanupday.org>
- Greene, S. (2020, February 14). Want to Be a Freelance Copywriter? Consider These Challenges First. Susan Greene Copywriter. Pozyskano 14 czerwca 2022 z <https://www.susangreenecopywriter.com/articles/freelance-copywriter-challenges.html>
- H. (2017, October 1). Top tips from a freelance copywriter. Honchō. Pozyskano 14 czerwca 2022 z <https://www.honchosearch.com/blog/digital-content/top-tips-freelance-copywriter/>
- Halstead, J. (2022, February 21). A Beginner’s Guide to Freelance Copywriting. Honchō. Pozyskano 14 czerwca 2022 z <https://www.honchosearch.com/blog/digital-content/beginners-guide-freelance-copywriting/#:%7E:text=A%20freelance%20copywriter%20is%20someone,%2C%20convert%20customers%20and%20more.>
- How To Become a Freelance Copywriter (With FAQ). (n.d.). Indeed Career Guide. Pozyskano 14 czerwca 2022 z <https://www.indeed.com/career-advice/finding-a-job/how-to-become-freelance-copywriter>
- Kardos-Latif, D. (2022, May 19). 16 Copywriting Tools For More Effective Writing You Should Start Using Today. UX Studio. Pozyskano 14 czerwca 2022 z from <https://uxstudioteam.com/ux-blog/copywriting-tools/>
- Kreimer, I. (2021a, June 22). How to Become a Freelance Copywriter: A Beginner’s Roadmap. Foundr. Pozyskano 14 czerwca 2022 z <https://foundr.com/articles/marketing/how-to-become-a-freelance-copywriter>
- McCoy, J. (2020, November 6). What Does a Copywriter Do? (Infographic). Entrepreneur. Pozyskano 14 czerwca 2022 z <https://www.entrepreneur.com/article/355287>
- McMillen, J. (2021, December 19). What Does A Copywriter Do? Successful Writers Do These 4 Things. Jacob McMillen. Pozyskano 14 czerwca 2022 z



<https://jacobmcmillen.com/what-does-a-copywriter-do/>

- McMillen, J. (2022, January 10). How To Become A Copywriter & Earn Six Figures+ In 2022. Jacob McMillen. Pozyskano 14 czerwca 2022 z <https://jacobmcmillen.com/how-to-become-a-copywriter/>
- Morollo, M. K. (2021, December 9). The Challenges of Being a Freelance Writer - The Startup. Medium. Pozyskano 14 czerwca 2022 z <https://medium.com/swlh/the-challenges-of-being-a-freelance-writer-967d24386c01>
- Patel, S. (2022, June 8). Best practices for effective copywriting. Olivine — A Product Marketing Agency. Pozyskano 14 czerwca 2022 z <https://www.olivinemarketing.com/articles/best-practices-for-copywriting>
- Reducing the Environmental Impact of an Online Business. (n.d.). Alice Writes Copy. Pozyskano 14 czerwca 2022 z <https://www.alicewritescopy.com/sustainability-online-business>
- The copywriting infographic. Abc copywriting. Pozyskano 14 czerwca 2022 z https://www.mdgadvertising.com/wp-content/uploads/2012/12/copywriting_infographic_full.jpg

* Sfinansowane ze środków UE (kod projektu: 2021-1-FR01-KA220-VET-000033162). Wyrażone poglądy i opinie są jedynie opiniami autora lub autorów i niekoniecznie odzwierciedlają poglądy i opinie Unii Europejskiej lub Europejskiej Agencji Wykonawczej ds. Edukacji i Kultury (EACEA). Unia Europejska ani EACEA nie ponoszą za nie odpowiedzialności.

Ta publikacja jest udostępniona na licencji Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>).

