

Content Marketing w strategii digital marki - od A do Z

Odkąd funkcjonujemy w Internecie 2.0 content marketing jest fundamentem skutecznej komunikacji z klientem i budowania trwałej przewagi konkurencyjnej. To nie tylko tworzenie treści, ale strategiczne podejście do dostarczania wartości, które angażuje odbiorców i napędza rozwój biznesu. Uśredniając content marketing kosztuje o 62% mniej niż tradycyjne kanały, generując jednocześnie sześciokrotnie więcej konwersji. Co więcej, 73% marketerów B2B i 70% marketerów B2C aktywnie wykorzystuje content marketing w swoich strategiach.

Podczas szkolenia dowiesz się, jak skutecznie planować, tworzyć, dystrybuować i mierzyć efektywność treści, aby osiągnąć cele biznesowe. Poznasz aktualne narzędzia i sprawdzone strategie, które pomogą Ci wyróżnić się na tle konkurencji oraz budować lojalność swoich klientów.



Odbiorcy szkolenia

Szkolenie skierowane jest do pracowników działów marketingu, specjalistów ds. komunikacji, właścicieli małych i średnich firm oraz wszystkich, którzy chcą opanować sztukę tworzenia angażujących i efektywnych treści.



Korzyści

- Zwiększysz efektywność swoich działań: Nauczysz się, jak tworzyć treści, które generują więcej leadów miesięcznie.
- Zbudujesz silniejszą markę, opierając się na technikach budowania zaufania i lojalności – 63%

marketerów potwierdza, że content marketing pomaga w budowaniu lojalności klientów.

- Odkryjesz potencjał różnych formatów: Poznasz strategię dla treści pisanych, audio i wideo, wiedząc, że wideo jest obecnie formatem numer jeden w content marketingu
- Stworzysz swój ekosystem treści, sprawnie budując formaty i kanały które trafią do wszystkich grup twoich odbiorców.
- Poznasz aktualne narzędzia AI i metody, które możesz od razu zastosować w swojej pracy, aby tworzyć treści, które rezonują z odbiorcami i przynoszą wymierne rezultaty.



Program szkolenia

Dzień 1

Moduł 1. Wprowadzenie

- Przedstawienie prowadzącego i agenda szkolenia
- Interaktywna rozgrzewka – z czym i po co przychodzę na szkolenie

Moduł 2. Fundamenty content marketingu

- Czym jest content marketing, a czym nie jest?
- Content marketing w 2025 – od fundamentów do rozwiązań AI
- Autentyczność kontra popularność – jak łączyć je ze sobą
- Gdzie jest miejsce na content marketing w doświadczeniu klienta? Modele AIDA i RACE
- Mierzenie sukcesu: podstawowe wskaźniki w content marketingu

Moduł 3. Twoja marka i Twoi odbiorcy

- Co jest Twoim USP? Dobranie rozwiązań contentowych do silnych stron marki
- Analiza konkurencji: co robią inni i jak się wyróżnić?
- Tworzenie person marketingowych krok po kroku
- Segmentacja odbiorców i identyfikacja ich potrzeb
- Mapa empatii jako podstawa content marketingu: głębsze zrozumienie motywacji odbiorcy

Moduł 4. Strategia content marketingowa

- Model SOSTAC w planowaniu content marketingowym
- Definiowanie celów content marketingowych (SMART)
- Priorytetyzacja celów i kluczowe wskaźniki efektywności (KPI)
- Twój digital ecosystem i dobór kanałów komunikacji
- PESO: integrowanie mediów płatnych, własnych, zdobytych i współdzielonych
- Social listening: jak monitorować opinie i skojarzenia z marką?

Moduł 5. Główne wyzwania content marketingu (i jak na nie odpowiadać)

- Content Saturation: jak wyróżnić się w zalewie informacji?
- Personalization Gap: jak skalować personalizację treści?
- Utrzymanie zaangażowania odbiorców w długim terminie – strategię eksperta
- Zmiany algorytmów i ich wpływ na dystrybucję treści
- ROI i efektywność zasobów: jak mierzyć zwrot z inwestycji?

Moduł 6. Mapa treści w content marketingu

- Techniki i źródła generowania pomysłów (od post-itów, przez Google Trends po LLMy)
- Drzewko contentowe: jak strukturyzować tematy naszych treści
- YMYL i EAT: fundamenty wiarygodności treści w Google
- Content viralowy kontra content evergreenowy – co powinien zawierać Twój content marketing mix?

Podsumowanie dnia 1

Dzień 2

Moduł 7. Rozgrzewkowe intro

- Mini test wiedzy z dnia I
- Sesja Q&A dotycząca zagadnień z testu

Moduł 8. Formaty treści pisanych

- Longform vs shortform – gdzie używać i w jakim celu?
- Newslettery 2.0 – personalizowane, segmentowane, budujące relację, z mikroaktywnościami
- Nowoczesny copywriting z użyciem AI i rozpoznaniem intencji użytkownika
- FAQ jako treść strategiczna – odpowiedzi na pytania klientów to gotowy content do SEO, maili, sociali i stron produktowych
- Link building i backlinking: budowanie autorytetu

Moduł 9. Content marketing audio

- Podcasty: proces od pomysłu do dystrybucji
- Inne formaty audio (audiobooki, raporty)
- Narzędzia do tworzenia, edycji i generowania audio także w AI
- Dystrybucja treści audio i platformy
- Jak mierzyć performance audio?

Moduł 10. Content marketing video

- Planowanie, nagrywanie, edycja, publikacja – robić inhouse czy zlecać?
- YouTube SEO
- Transmisje Live i webinary: budowanie interakcji
- Tworzenie atrakcyjnych krótkich form (Shorts)
- Jak tworzyć strukturę całego kanału?

Moduł 11. Content marketing w social mediach

- Jak publikować na głównych platformach w 2025? (Facebook, Instagram, LinkedIn, TikTok, X)
- Dopasowanie treści do specyfiki każdej platformy
- Przykłady skutecznych formatów i kampanii SM
- Inne platformy: Pinterest, Discord, BeReal, Snapchat

Moduł 12. Analityka i mierzenie skuteczności treści

- Kluczowe wskaźniki efektywności (KPI) w content marketingu
- Narzędzia analityczne: Google Analytics, statystyki platform
- Jak analizować działania i wyciągać wnioski?
- Interpretacja danych: zasięg vs wyświetlenia
- Inne narzędzia do analizowania działań

Moduł 13. Tworzenie content planu i kalendarza publikacji

- Elementy skutecznego content planu
- Recykling i odświeżanie treści: maksymalizacja wartości
- Planowanie linii tematycznych i cykli treści
- Narzędzia do zarządzania treścią i zespołem
- Tworzenie kalendarza publikacji krok po kroku

Moduł 14. Inne rozwiązania AI w content marketingu

- Tworzenie treści marketingowych w dobie AI: możliwości i ograniczenia
- Narzędzia AI wspierające proces tworzenia treści (generowanie, optymalizacja)
- Etyka i wyzwania związane z wykorzystaniem AI w content marketingu
- Przyszłość AI w content marketingu: trendy i prognozy

Moduł 15. Sesja Q&A i podsumowanie szkolenia

- Odpowiedzi na pytania uczestników
- Podsumowanie i kluczowe wnioski ze szkolenia

**Oczekiwane przygotowanie uczestnika**

Nie jest wymagane specjalne przygotowanie uczestników.

**Czas trwania**

1 dni / 7 godzin

Język

Szkolenie: polski

Materiały: polski