

Ekonomiczny Uniwersytet Dziecięcy



Tworzenie treści marketingowych i rodzaje copywritingu

dr Beata Marciniak
03.11.2024

Szkoła Główna Handlowa w Warszawie



EKONOMICZNY UNIWERSYTET DZIECIĘCY WWW.UNIWERSYTET-DZIECIECY.PL

1

Plan spotkania



1

Treści marketingowe

- CO to jest?
- PO CO są tworzone?
- KTO je tworzy?
- JAK są tworzone?

2

Praca w grupach

- Tworzenie przekazu marketingowego

EKONOMICZNY UNIWERSYTET DZIECIĘCY WWW.UNIWERSYTET-DZIECIECY.PL

2

Treści marketingowe – istota




EKONOMICZNY UNIWERSYTET DZIECIĘCY WWW.UNIWERSYTET-DZIECIECY.PL

3

Rodzaje treści marketingowych

- **wizualne** (TV, internet, gazety, kino, billboardy, plakaty, ulotki, opakowania)
- **dźwiękowe** (jingle w radio, stuchowiska)
- **tekstowe** (hasła reklamowe, wpisy na stronie, komentarze sponsorowane)
- **interaktywne** (quizy, gry, aplikacje)




EKONOMICZNY UNIWERSYTET DZIECIĘCY WWW.UNIWERSYTET-DZIECIECY.PL

4

Reklama	Promocja sprzedaży	Sprzedaż osobista	Public Relations (PR)	Sponsoring	Komunikacja nieformalna
TV	loterie	prezentacje handlowe	materiały dla prasy	wydarzeń sportowych	„influencerzy”
radiowa	programy lojalnościowe	telemarketing	publikacje na stronach www	podmiotów	
prasowa	kupony	bezpłatne próbki	konferencje	wydarzeń kulturalnych	wpisy i komentarze w internecie
kinowa	obniżki/rabaty	targi (np. książek)	wystąpienia	lokowanie produktu w filmach/grach (product placement)	
zewnętrzna (outdoor)	demonstracje produktu		specjalne wydarzenia (events)	podmiotów organizacyjnych (klubów sport., fundacji)	
internetowa					
w sklepach (Point-Of-Sales)					

5

Treści marketingowe – po co są tworzone?



EKONOMICZNY UNIWERSYTET DZIECIĘCY WWW.UNIWERSYTET-DZIECIECY.PL

6

Funkcje reklamy

- informacyjna
- perswazyjna (nakłaniająca do zakupu)
- wizerunkowa (przypominająca)
- edukacyjna

EKONOMICZNY UNIWERSYTET DZIECIĘCY WWW.UNIwersytet-DZIECIĘCY.PL

7

Treści marketingowe – kto je tworzy?



EKONOMICZNY UNIWERSYTET DZIECIĘCY WWW.UNIwersytet-DZIECIĘCY.PL

8

Twórcy reklam

- Plan i założenia:
 - specjaliści od marketingu
- Pomysły:
 - dział kreatywny agencji reklamowej
- Zdjęcia, animacje, filmy:
 - graficy, scenarzyści, montażyści
- Slogan i treść:
 - copywriter, content-writer



Przyszłość reklamy: Czy AI może tworzyć treści reklamowe?

EKONOMICZNY UNIWERSYTET DZIECIĘCY WWW.UNIwersytet-DZIECIĘCY.PL

9

Treści marketingowe – jak są tworzone?

EKONOMICZNY UNIWERSYTET DZIECIĘCY WWW.UNIwersytet-DZIECIĘCY.PL

10

Model AIDA

- A (*Attention*) – zwrócenie **uwagi** na reklamę
- I (*Interest*) – wzbudzenie **zainteresowania** produktem
- D (*Desire*) – wzbudzenie chęci **posiadania** produktu
- A (*Action*) – zachęcenie do **działania**

EKONOMICZNY UNIWERSYTET DZIECIĘCY WWW.UNIwersytet-DZIECIĘCY.PL

11

Elementy reklamy



- produkt
- logo
- bohater
- slogan reklamowy
- coś wyróżniającego, wiarygodnego
(USP – Unique Selling Proposition; Reason to Believe)
- tło: emocje, język
- wezwanie do działania
(Call to Action)

EKONOMICZNY UNIWERSYTET DZIECIĘCY WWW.UNIwersytet-DZIECIĘCY.PL

12

Jak być świadomym odbiorcą reklam?

Warto stawiać sobie pytania:

- Czy reklama mówi całą prawdę o produkcie?
- Czy to co obiecuje reklama jest realne?
- Czy produkt jest nam rzeczywiście potrzebny?

EKONOMICZNY UNIwersYTET DZIECIĘCY WWW.UNIwersYTET-DZIECIĘCY.PL

13

Jak być świadomym odbiorcą reklam?

• **Bajka filozoficzna – „3 Sita Sokratesa”**

- **Sito prawdy:**
Czy reklama przedstawia prawdziwe informacje o produkcie?
- **Sito dobra:**
Czy reklama zachęca do dobrych działań (czy nie manipuluje)?
- **Sito pożytku:**
Czy reklama przedstawia produkt, który jest rzeczywiście pożyteczny?



Zródło: Wygenerowane za pomocą AI

EKONOMICZNY UNIwersYTET DZIECIĘCY WWW.UNIwersYTET-DZIECIĘCY.PL

14

Zapraszam do pracy w grupach

- Wybór produktu (*użytecznego dla dzieci*)
- Wskazanie grupy docelowej (*target group*)
- Wcielenie się w rolę „copywriterów”
 - ciekawy pomysł
 - hasło reklamowe (slogan)
 - USP (*unique selling proposition*)
- Ocena własnych pomysłów (wg modelu AIDA oraz sit Sokratesa)
- Prezentacja efektów pracy

EKONOMICZNY UNIwersYTET DZIECIĘCY WWW.UNIwersYTET-DZIECIĘCY.PL

15