

Tytuł szkolenia: Skuteczny storytelling i copywriting na stronach internetowych i w mediach społecznościowych

Kod szkolenia: WWW-TXT

Wprowadzenie

Internet jest tak popularnym medium, że żadna, nawet najmniejsza firma, nie może się bez niego obyć. Własna, profesjonalnie przygotowana i regularnie aktualizowana strona internetowa, to podstawa. Nie bez znaczenia są też media społecznościowe czy własny newsletter podstawowe narzędzie kontaktu z klientami. W branży internetowej proces tworzenia tekstów nazywany jest również jako "webwriting". Niezależnie jednak od terminologii, zainteresowanie użytkownika naszym przekazem wymaga z jednej strony znajomości zasad komunikacji, z drugiej umiejętności opowiadania ciekawych historii i tym tematom poświęcone jest to szkolenie. Zajęcia prowadzi [Anna Miotk](#).

Adresaci szkolenia

Adresatami szkolenia są osoby, które odpowiadają za pisanie, redagowanie tekstów internetowych na stronach WWW, w mediach społecznościowych i za inne narzędzia komunikacji z klientami. Poziom wiedzy początkujący lub średniozaawansowany.

Cel szkolenia

Celem szkolenia jest nabycie praktycznych umiejętności związanych z tworzeniem tekstów do różnych zastosowań od artykułu na stronę internetową po krótki tekst na Twittera.

Po zakończeniu szkolenia aktywny uczestnik:

- zna ogólne zasady pisania tekstów w internecie
- zna konwencję tworzenia tekstów do różnych typów serwisów internetowych
- potrafi przygotowywać krótkie teksty dla różnych zastosowań w internecie
- zna zabiegi stylistyczne, które pozwalają przyciągnąć uwagę czytelnika
- zna podstawy SEO potrzebne przy pisaniu tekstów
- umie planować treści dla różnych kanałów społecznościowych
- wie, jak zmierzyć skuteczność swoich tekst

Czas i forma szkolenia

- 14 godzin (2 dni x 7 godzin), w tym wykłady i warsztaty praktyczne.

Plan szkolenia

1. Wprowadzenie czym jest storytelling i jaka jest jego rola w internecie?
 - a. Jak czytamy teksty internetowe
 - b. Dla kogo piszę? Portret wyobrażonego czytelnika i jak go stworzyć
2. Tekst internetowy nie tylko treść, a także multimedia. Rola grafik, nagrań audio i filmów wideo we wzbogacaniu tekstów.
3. Tworzenie materiałów dla różnych formatów internetowych:
 - a. Strona www
 - Oficjalne aktualności
 - Blog firmowy
 - b. Materiały public relations
 - Pakiet informacji o firmie
 - Informacja/notka prasowa
 - Artykuł ekspercki
 - c. Inne typy tekstów
 - Recenzja
 - d. Newsletter
 - e. Media społecznościowe Facebook i Twitter
 - f. Reklama w internecie i mediach społecznościowych
 - g. Zabiegi literackie poprawiające atrakcyjność tekstu
4. Perswazyjna komunikacja jak zachęcić czytelnika do podjęcia określonego działania
5. Jak zapewnić spójność komunikacji w różnych kanałach planowanie mapy treści
6. Narzędzia usprawniające tworzenie tekstów sprawdzanie zrozumiałości, tworzenie multimediów i grafik
7. Czy moje teksty są ciekawe dla moich odbiorców?
8. Źródła inspiracji w pisaniu kolejnych tekstów