



**Content Solutions to grupa ludzi o różnorodnych zainteresowaniach oraz umiejętnościach. Dysponując szerokim portfolio copywriterów, możemy przygotować profesjonalny tekst, odpowiadający na potrzeby klienta z bardzo wielu branż, a także dobrać tonację, dzięki której spełnienie postawionego celu będzie możliwe. Czytaj dalej, aby dowiedzieć się, co możemy dla Ciebie napisać.**

Uwaga! Podane w opisach treści długości artykułów są orientacyjne. Finalną propozycję zawsze tworzymy na podstawie wypełnionego briefu, dostosowując do potrzeb także wierszówkę.

# Podział artykułów ze względu na tonację:

## Artykuły poradnikowe

Artykuł, którego głównym zadaniem jest dostarczenie czytającemu odpowiedzi na pytania zawarte w tytule lub w pierwszym akapicie tekstu. „5 sposobów na”, „Jak łatwo rozwiązać”, „Pomysł na...”, „Zrób to sam” – wykorzystaniem tych perswazyjnych fraz charakteryzują się tytuły artykułów poradnikowych. Tekst napisany jest prostym i czytelnym dla określonej grupy docelowej językiem – słownictwo dostosowujemy tak do fachowców, jak i hobbystów lub początkujących. Podzielony na czytelne akapity, wypunktowania (szczególnie w poradach, gdzie następuje opis czynności jak zrobić coś krok po kroku). W zależności od analizy potrzeb klienta, artykuł poradnikowy może być bardziej ogólny i krótszy, mając długość 2000-3500 znaków ze spacjami. Może także zostać napisany jako long-form (długość nie mniej niż 8000 znaków ze spacjami) i odpowiadać wyczerpująco na określone zagadnienie (więcej o long-formach przeczytasz poniżej).

Porada zawiera użyteczne informacje, które opisane przystępnym językiem i przedstawione w ciekawej formie są łatwe w odbiorze.

Dodatkowo, w tekstach o charakterze poradnikowym uwypuklamy najważniejsze fragmenty tekstu w formie kontekstowych ramek: *porada eksperta*, *uwaga*, *czy wiesz że*, ułatwiających zrozumienie tematu i przyswojenie najważniejszych informacji.

## Artykuły eksperckie

Artykuły poruszające branżowe tematy, o wysokiej jakości merytorycznej, przeznaczone dla ściśle sprofilowanej grupy docelowej (w porównaniu do standardowych artykułów poradnikowych). Artykuły eksperckie zawierają obszerne wyjaśnienie określonego zagadnienia, posiłkując się fachowymi określeniami oraz zwrotami. W treści artykułów znajdują się definicje, analizy, badania, aktualności, opinie ekspertów, które znacznie podnoszą walory merytoryczne treści, umacniając markę w roli eksperta.

Treści eksperckie służą publikacji w serwisach z poszczególnych branż oraz na blogach firmowych. Budują ekspercki wizerunek marki oraz zwiększają doń zaufanie.

Artykuł specjalistyczny oraz ekspercki może mieć formę porady, ale zawiera także opinie, stanowisko autora oraz daje szersze spojrzenie na określone zagadnienie. Może posiadać niektóre cechy recenzji.

W ujęciu artykułu eksperckiego oraz specjalistycznego dużą rolę odgrywa aktualność danych oraz rzetelność w cytowaniu.

### **Redakcyjne artykuły sprzedażowe**

Artykuł ekspercki/specjalistyczny, w którym w naturalny i nienachalny sposób zostaje umieszczona informacja o produkcie lub marce. Głównym celem, który spełnia treść jest wskazanie na określone zagadnienie i umiejętne połączenie go z marką. Czytelnik powinien jednak odnosić wrażenie, że wciąż jest to nienatarczywy artykuł redakcyjny, opiniotwórczy, stworzony przez neutralnego autora.

Artykuł sprzedażowy może, ale nie musi być oznaczany jako treść sponsorowana. Niekiedy prezentuje się jak standardowy artykuł redakcyjny o dużej wartości merytorycznej i praktycznej.

### **Artykuły reklamowe**

Treść oznaczona w miejscu publikacji jako artykuł sponsorowany lub reklamowy. Posiada obszerny opis produktu, firmy lub usługi. Wskazuje na określoną markę, opisując ją z wcześniej założonego punktu widzenia. Najczęściej dotyczy nowych produktów, promocji, kampanii oraz opisuje aktualne, ważne dla marki wydarzenia.

Treść stworzona za pomocą przyjemnego w odbiorze języka korzyści nie jest nachalna, ale motywuje czytającego do spełnienia określonego celu – np. przejścia na przygotowany wcześniej landing page, wypełnienia formularza czy wzięcia udziału w konkursie.

### **Artykuł lifestyle'owy**

Ogólnotematyczny artykuł, nawiązujący do aktualnych wydarzeń z życia, kultury, sportu oraz innych dziedzin na pograniczy kultury i rozrywki. Pisany lekkim i niezobowiązującym tonem. Idealny na blogi czy serwisy contentowe dla marek, które nie mają potrzeby pozycjonowania się na branżowego eksperta lub potrzebujących tego rodzaju contentu uzupełniającego.

# Podział artykułów ze względu na formę:

## Long-form

Długie, merytoryczne i wyczerpujące dany temat teksty. Ich długość to minimum 8 000 znaków ze spacjami. Charakteryzują się kompleksowym sposobem omówienia zagadnienia, często sięgając po szerszy kontekst. Idealnie sprawdzają się w przypadku treści poradnikowych, w sposób praktyczny omawiających rozwiązanie problemu lub prezentujących produkt (lub całą ich grupę).

## Artykuły wirusowe

Artykuł napisany w taki sposób, by czytający chętnie oraz świadomie go udostępnił w różnych kanałach dystrybucji. Może to być porada, ciekawostka (lub cały ich zbiór), ranking, galeria – forma artykułu określana jest na podstawie briefu. Ważne, aby zawarte w nim informacje sprzyjały wywołaniu przyjemnych skojarzeń z daną marką oraz jej produktami. Artykuły wirusowe często mają charakter zabawny, intrygujący, ale wciąż użyteczny.

Artykuł wirusowy wzbudza emocje i budzi zainteresowanie produktem, marką lub usługą na tyle sprytnie, że użytkownik nie dostrzega elementu promocyjnego, co pozwala na organiczną dystrybucję treści.

## Przewodnik

Forma stosowana w przypadku artykułów poradnikowych. Charakteryzuje się wyjaśnieniem podejmowanego zagadnienia w przystępny i zrozumiały sposób. Tworzony jest przez autorów umocowanych w danej dziedzinie. Przewodnik to niezwykle uniwersalna forma, która może być dopasowana do bardzo wielu branż. Bardzo często przyjmuje format wyjaśniający dany problem w schemacie „krok po kroku”.

## **Opowiadanie**

Krótki utwór o nieskomplikowanej, jednowątkowej fabule. Doskonały do storytellingowego charakteru tekstu. Charakteryzuje się nieskomplikowaną konstrukcją, nosi też cechy noweli – fabuła zmierza ku punktowi kulminacyjnemu. Fabuła pozbawiona jest zbędnych ozdobników i fragmentów, skupia się na bohaterach tekstu oraz naturalnym ulokowaniu marki w kontekście wypowiedzi.

## **Reportaż**

Reportaż skupia się na rzeczywistych wydarzeniach, opisując w sposób obiektywny zastygłą rzeczywistość. W treści reportażu znajdować się mogą wypowiedzi świadków, uczestników wydarzenia lub inne, pasujące cytaty. Tworzona treść charakteryzuje się rzetelnością oraz obiektywizmem, ale może też zawierać subiektywną ocenę autora w odniesieniu do opisywanych wydarzeń.

## **Felieton**

Krótki, najczęściej jednokolumnowy cykliczny tekst. Felieton charakteryzuje się lekkim stylem i często satyrycznym podejściem do tematu. Zwyczajowo dotyczy tematów bieżących, już omówionych, ale opisuje je z innego punktu widzenia.

## **List**

Format znany z tradycyjnych czasopism. Listy charakteryzują się często potocznym i luźnym stylem, który jest bardzo łatwo interpretowany przez odbiorcę. Skierowany jest do jednego lub do całej grupy czytelników, często jest doskonałą okazją do przedstawienia rozwiązania problemu.

## **Encyklopedia**

Encyklopedia rozumiana jako zbiór wiedzy z danej dziedziny lub kilku dziedzin. Uporządkowana według przyjętego klucza, zawiera szereg haseł wyjaśnionych w określonym formacie (z reguły ułożonych alfabetycznie w ramach przyjętych kategorii). Opcjonalnie każde hasło może być opatrzone zdjęciem lub kontekstową grafiką.