

SOME IS THE FUTURE

zacznij karierę w Content Marketingu od ZERA!

e-book, który pomoże Ci
rozpocząć podróż, o której
tak marzysz

autor:



Edukacja
i Integracja
Pokoleń



ReStart
Wsparcie Pokoleniowe

WSTĘP - od autora

Hejka!

Na początek pozwól,
że się przedstawimy!

Z tej strony **Fundacja Edukacja i Integracja Pokoleń** – organizacja non-profit, stworzona przez młodych, ambitnych ludzi, którzy postanowili budować przyszłość opartą na zrozumieniu i szacunku między różnymi pokoleniami. Może pomyślałeś, że skupiamy się głównie na pomocy osobom starszym, ale nic bardziej mylnego! 😊



Jako osoby aktywne w marketingu i edukacji, doskonale wiemy, że **masz w sobie ogromny potencjał** 🙌. Ty, jako przedstawiciel pokolenia Z, **masz w rękach niezwykle możliwości, by się rozwijać i pokazać światu, co potrafisz**. Rozumiemy jednak, że czasami towarzyszy Ci strach – obawy przed oceną, brak odpowiedniej wiedzy czy finansowe bariery mogą blokować Twoje marzenia.

Ale jesteśmy tutaj, żeby Cię wesprzeć. Dlatego stworzyliśmy ten konkurs i e-book – by dać Ci bezpłatną szansę na rozwój i możliwość spróbowania swoich sił.

A wiesz, co jest najlepsze? Do rozpoczęcia swojej kariery twórcy treści **potrzebujesz dziś tylko telefonu i odrobiny kreatywności** 📱 Nic więcej!

DLACZEGO WARTO? DLACZEGO TERAZ?

Nigdy wcześniej nie było tak dobrego momentu, by zacząć tworzyć treści. Technologia, media społecznościowe i Internet dały nam narzędzia, które jeszcze kilkanaście lat temu były dostępne tylko dla profesjonalistów. Teraz **każdy, kto ma smartfon i pomysł, może rozpocząć swoją karierę** jako Content Creator. Ale to nie tylko kwestia technologii – oto kilka powodów, dlaczego warto zacząć właśnie teraz:

1

Globalny zasięg

Dzięki mediom społecznościowym możesz dotrzeć do ludzi na całym świecie – wystarczy jeden post, by Twoja treść trafiła daleko poza granice.

2

Łatwy start

Nie potrzebujesz drogiego sprzętu. Smartfon i darmowe aplikacje wystarczą, by tworzyć profesjonalne treści.

3

Autentyczność się liczy

Dzisiaj odbiorcy szukają prawdziwych ludzi, a nie idealnych obrazków. Twoja unikalna perspektywa jest tym, co naprawdę się wyróżnia!

4

Wysokie zapotrzebowanie

Firmy i marki potrzebują twórców do swoich kampanii. Masz szansę współpracować z wieloma z nich, oferując świeże spojrzenie.

5

Elastyczność i wolność

Możesz pracować z dowolnego miejsca i na własnych zasadach – tworzenie treści daje Ci niezależność.

6

Rozwój umiejętności

Tworząc treści, zdobywasz nowe, cenne umiejętności, które otworzą Ci drzwi do różnych możliwości zawodowych.

Nie czekaj! Teraz jest idealny moment, by rozpocząć swoją przygodę z tworzeniem treści!

Możliwości rozwoju Kariery



Rola Content Creatora jest nie tylko dynamiczna, ale także oferuje wiele możliwości rozwoju kariery. Z biegiem czasu, wraz ze zdobywaniem doświadczenia, umiejętności i budowaniem portfolio, przed Tobą otworzą się nowe ścieżki zawodowe:

Freelancing 

Współpraca z agencjami kreatywnymi 

Specjalizacja w danej branży 

Zarządzanie zespołem kreatywnym 

Budowanie własnej marki 

Monetyzacja własnych treści 

A teraz przejdźmy do rzeczy! Czyli...



ROZDZIAŁ 1

Jak zacząć swoją drogę jako Content Creator – Krok po kroku do sukcesu

Tworzenie treści na zlecenie to jedna z najbardziej dostępnych i satysfakcjonujących form zarabiania. Wbrew pozorom, nie musisz być influencerem z ogromnym zasięgiem, by zacząć.

Wystarczy odpowiednie podejście, dostęp do darmowych narzędzi i strategia działania. Poznaj kroki, które pomogą Ci rozpocząć swoją karierę Content Creatora...

Krok 1: Gdzie czerpać inspiracje?



Każdy content creator **potrzebuje solidnej bazy pomysłów, a te najlepiej czerpać z różnych źródeł.** Inspiracja jest wszędzie, ale warto skierować swoją uwagę w konkretne miejsca, które pomogą Ci wyostrzyć twórczy zmysł.

Oto darmowe appki do czerpania inspiracji:



Pinterest: To **kopalnia kreatywnych pomysłów.** Możesz znaleźć tutaj inspiracje w każdej branży – od mody po technologię.



Behance: Platforma zrzeszająca kreatywnych twórców z całego świata. **Możesz przeglądać portfolio innych twórców** i zdobywać nowe pomysły.



Instagram: Może być świetnym źródłem inspiracji zaczynając od napisania postów, kończąc rolkami. By the way, **możesz używać szablonów rolek** innych użytkowników;



YouTube: Serwis **pełen darmowych materiałów edukacyjnych i poradników** na każdy temat związany z tworzeniem treści.



Dribbble: **Jeśli interesujesz się projektowaniem graficznym,** Dribbble to świetne miejsce na odkrywanie nowych trendów.

Krok 2:

Montaż i korekcja zdjęć

Tworzenie treści nie wymaga już drogiego sprzętu czy zaawansowanych programów. **Istnieje wiele darmowych narzędzi, które pozwolą Ci edytować wideo, zdjęcia i grafiki** na profesjonalnym poziomie.

Dzięki tym aplikacjom bezpłatnie zmontujesz wideo:

CapCut

Na pewno słyszałeś o tej aplikacji mobilnej. Szybki i prosty w obsłudze montaż, ogrom szablonów do wykorzystania oraz wiele efektów do wypróbowania.

InShot

Aplikacja mobilna, która pozwala szybko edytować filmy na smartfonie. Jest prosta w obsłudze, idealna do szybkich projektów wideo.

VN

Kolejna mobilna appka, w której szybko i bez problemów zmontujesz swój filmik.

DaVinci Resolve

Darmowy, ale niezwykle potężny program do edycji wideo. Jest dostępny na komputery i pozwala na profesjonalne montowanie materiałów filmowych.

Dzięki tym aplikacjom bezpłatnie poprawisz swoje zdjęcia:

Snapseed

Darmowa aplikacja od Google do profesjonalnej edycji zdjęć na smartfonie. Umożliwia korekcję kolorów, kontrastu i ostrości.

Lightroom Mobile

Darmowa wersja aplikacji Adobe Lightroom, która oferuje rozbudowane funkcje edycji zdjęć. Idealna do zaawansowanej korekcji i obróbki na telefonie.

FaceTune

Świetna aplikacja do retuszu zdjęć, szczególnie portretów. Pozwala na wygładzanie korekcję niedoskonałości skóry, a jej podstawowe funkcje są dostępne w darmowej wersji.



Krok 3: Wybór odpowiedniej platformy

Oczywiście wiesz, że **nie każda platforma nadaje się do każdego typu treści**. Aby skutecznie docierać do odbiorców, warto zrozumieć specyfikę różnych mediów i dostosować do nich swoje materiały. Pamiętaj też, że jeśli prowadzisz kilka platform jednej marki jednocześnie, warto dostosowywać treści pod każdą z nich.

Żaden odbiorca, który śledzi Cię na Instagramie i Facebooku, nie chce w ciągu jednego tygodnia zobaczyć tych samych treści w różnych miejscach (za pierwszym razem może przeczytać, ale za drugim Cię oleje).

Nawet jeśli masz temat, który chcesz poruszyć na kilku platformach, post warto nieco zmienić i dostosować do grup odbiorczych, które śledzą Cię w tych aplikacjach. Przecież sam pewnie zauważyłeś, że FB, w odróżnieniu od Insta, jest teraz przestrzenią bardziej dla osób w wieku „Twoich Starych”.

A zatem:

YouTube: Perfekcyjnie nadaje się do długich form wideo oraz poradników. Sprawdza się w przypadku edukacyjnych treści, vlogów i recenzji.

Instagram: Tutaj wszyscy chwytają oczami. 📷 Wizualna platforma doskonała dla zdjęć i krótkich form wideo.

TikTok: Król krótkich, dynamicznych filmików. Szkoda gadać. Sam wiesz, że świetnie sprawdza się dla rozrywki i szybkich porad. A ostatnio coraz częściej używa się go jako wyszukiwarki internetowej.

LinkedIn: Coś poważnego 🧐. Doskonała platforma do profesjonalnych treści. Tutaj wszyscy dzielą się wiedzą branżową, swoimi osiągnięciami, a co ważne, również uzyskują leady (przydatne kontakty biznesowe) i znajdują pracę!

Krok 4: Jak komunikować się z odbiorcami

Treści powinny przyciągać uwagę, wywoływać emocje i dostarczać wartości. Jak pisać tak, by czytelnicy chcieli wracać?

- **Poznaj swoją publiczność:** Zdefiniuj swoich odbiorców, ich potrzeby, wyzwania i preferencje. Im lepiej ich zrozumiesz, tym bardziej precyzyjnie trafisz z treściami.
- **Personalizacja i autentyczność:** Mów w sposób naturalny, bez skomplikowanego słownictwa. Ludzie chcą rozumieć tekst od razu, bez googlowania połowy słów.
- **Call to action (wezwanie do akcji):** Zawsze wprowadź element, który zachęci odbiorców do działania – np. „Podziel się w komentarzu”; „Zapisz się na newsletter”; „Zapoznaj się” itp.

Krok 5: Planowanie



Klucz do sukcesu prawie w każdej dziedzinie życia to systematyczność i dobrze przemyślany plan działania. Bez odpowiedniego harmonogramu publikacji trudno utrzymać regularność, a regularność jest niezbędna do budowania zaangażowanej społeczności. Aby zapanować nad procesem tworzenia i publikacji treści, **zaczynij od stworzenia kalendarza treści**. Masz możliwość zaplanowania publikacji swoich treści na konkretne dni i godziny na każdej platformie, ale również możesz korzystać z zewnętrznych aplikacji.

Jednak samo zaplanowanie terminów publikacji to nie wszystko – liczy się również **moment, w którym Twoi odbiorcy są najbardziej aktywni**. Aby skutecznie docierać do swojej grupy docelowej, **musisz poznać ich przyzwyczajenia** i dowiedzieć się, o jakich porach korzystają z mediów. Zobaczmy na przykładzie:

Wyobraź sobie, że tworzysz treści dla marki X, która sprzedaje pieluchy, jedzenie i akcesoria dla bobasków w wieku 0-2 lata. Czyli Twoimi głównymi odbiorcami są rodzice. Tworzysz treści na Instagrama i Facebooka. Na jakie godziny zaplanujesz publikację swoich treści?

Masz odpowiedź?

A więc, przeanalizujmy to. Każdy rodzic w pierwszych latach życia dziecka jest zapracowany i przez większość dnia myśli o tym, jak dopilnować dziecko, kiedy je nakarmić, kiedy zmienić pieluchę, a także kiedy się z nim pobawić, aby wieczorem było wystarczająco zmęczone i szybko zasnęło.

Gdzie w tym wszystkim jest przerwa na telefon? Odpowiedź brzmi tak: w ciągu dnia na Twój post nie spojrzy prawie żaden rodzic.

ALE...

Po godzinie 22, kiedy wszystkie bobaski już śpią, Twoja grupa docelowa zaczyna przeglądać media. Wtedy zaczyna się czas, kiedy rodzice mogą nie tylko odpocząć, ale także zamówić rzeczy, których brakuje, takie jak pieluchy, kaszki, smoczki itp. Wówczas zaczyna się skrolowanie, sprawdzanie, czym żyją ich znajomi, oraz chwila czasu dla siebie.

W taki sposób musisz podchodzić do każdej swojej grupy odbiorczej. **Pamiętaj, aby analizować wszystkie wyniki i dostosowywać do nich swoje następne działania.**

Dzięki temu Twoje publikacje będą trafiały do większej liczby osób.

Rozdział 2

**Tworzenie Skutecznych Treści na
Popularnych Platformach – Praktyczne
Wskazówki i Przykłady**

INSTAGRAM

TREŚCI, KTÓRE ANGAŻUJĄ I WYRÓŻNIAJĄ SIĘ W FEEDZIE I STORIES

Instagram wciąż jest jedną z najbardziej wizualnych platform, gdzie liczy się estetyka, kreatywność i odpowiednie wykorzystanie formatów, takich jak posty, Stories, Reels. Kluczowym elementem jest trafiać w preferencje wizualne odbiorców oraz stosowanie efektywnych CTA (wezwanie do działania).

Co jest ważne:



- **Krótkie, angażujące opisy**🔗: Opisy na Instagramie powinny być konkretne i na temat. Najlepiej zacząć od mocnego zdania, które przyciągnie uwagę.
- **Reels i interaktywne Stories**🌟: Algorytmy Instagrama coraz bardziej zaczynają upodabniać się do TikTokowych, dlatego Reels mają coraz większą przewagę. Staraj się tworzyć krótkie, dynamiczne wideo, które przyciągną uwagę już **w pierwszych 3 sekundach**. W Stories używaj CTA, które zachęcą odbiorców do reakcji.

Jak działa algorytm Instagrama w dzisiaj🧠:

- **Zaangażowanie na początku**🔥: Instagram w 2024 roku nadal stawia na szybkie zaangażowanie. Reakcje, które post otrzyma w ciągu pierwszych 30 minut od publikacji, mają największy wpływ na jego zasięg. Dlatego warto dać znać o swojej nowej publikacji również w stories;

- **Reels i długi czas oglądania** 📺: Reels są promowane, gdy użytkownicy oglądają wideo do końca. Warto więc zaciekać widza już w pierwszych sekundach i trzymać go w napięciu aż do końca.
- **Regularność i różnorodność treści** 📅: Algorytm promuje profile, które publikują regularnie i wykorzystują różne formaty (posty, Stories, Reels).

TIKTOK

DYNAMICZNE TREŚCI W 15 SEKUND I NOWE TRENDY

TikTok to platforma, na której królują krótkie, dynamiczne wideo. Treści muszą przyciągać uwagę natychmiast i zachęcać do dalszego oglądania. Sam/a wiesz, że popularność zdobywają tu wyzwania, trendy oraz treści, które są autentyczne i bliskie użytkownikom.

Tutaj najważniejsze to:

- **Krótko, treściwie i dynamicznie** ⌚: Pierwsze 3 sekundy są kluczowe. TikTok wyświetla treści szerokiej grupie użytkowników, zanim zadecyduje, czy jest warta dalszej promocji. Zaczynij od mocnego wizualnego akcentu lub pytania.
- **Hasztagi związane z trendami** 🌐: Wykorzystuj popularne hasztagi w danym momencie, szczególnie jeśli używasz

popularnych dźwięków.

- **CTA i angażujące teksty na ekranie**🔔: Dodanie tekstu, np. pytania na początku filmiku, działa jak CTA. Zachęcaj widzów do reakcji lub spróbowania tego, co pokazujesz.

Algorytm TikToka dzisiaj📈:

- **Czas oglądania i ukończenie filmu**✅: TikTok promuje filmy, które użytkownicy oglądają do końca, dlatego tak ważne jest stworzenie spójnej i ciekawej historii w wideo.
- **Reakcje i udostępnienia**✉️: Algorytm wysoko ceni reakcje użytkowników, takie jak udostępnienia i komentarze. Działa on także lepiej dla treści, które zdobywają szybkie zaangażowanie.
- **Personalizacja „For You Page”**👉: TikTok w 2024 roku mocno polega na analizie zainteresowań użytkowników, dlatego istotne jest, by dostosowywać treści do swojej grupy docelowej.

FACEBOOK

SKUTECZNOŚĆ TREŚCI W GRUPACH I SPOŁECZNOŚCIACH

Facebook to platforma, gdzie warto skupić się na budowaniu relacji i dzieleniu się wartościowymi treściami. Choć algorytm Facebooka sprzyja dłuższym formom tekstowym, zdjęcia i wideo również mogą odnieść sukces, zwłaszcza w grupach i na stronach, gdzie użytkownicy szukają konkretnej wartości.

Co jest ważne:

- **Dłuższe opisy i angażujące posty**💬: Facebook pozwala na tworzenie dłuższych opisów, które mogą zawierać osobiste historie lub case studies. Idealnie sprawdzą się treści z opowieściami, pytaniami do odbiorców i CTA zachęcającymi do interakcji.
- **Budowanie społeczności w grupach**👥: Facebook stawia duży nacisk na grupy, które pozwalają na budowanie społeczności. Skuteczne są tu treści edukacyjne, przydatne materiały oraz zachęcanie użytkowników do udostępniania własnych doświadczeń.
- **Wideo i treści edukacyjne**📺: Krótkie filmiki edukacyjne, podsumowania artykułów czy nowinki branżowe to treści, które dobrze radzą sobie na Facebooku. Staraj się, aby były konkretne i przydatne.

Algorytm Facebooka w 2024 roku:

- **Interakcje w grupach i jakość treści**💬: Facebook docenia aktywność użytkowników w grupach. Warto więc postawić na regularne publikacje w społecznościach, które będą angażować członków do dyskusji i wymiany doświadczeń.
- **Zaangażowanie w pierwszych minutach**🚀: Podobnie jak Instagram, Facebook premiuje treści, które zdobywają szybkie reakcje, dlatego warto publikować w godzinach największej aktywności odbiorców.
- **Wartość merytoryczna i unikalność**👉: Algorytm docenia treści, które dostarczają wartości merytorycznej i wyróżniają się na tle innych, a także publikacje zawierające pozytywne interakcje, takie jak udostępnienia i odpowiedzi w komentarzach.



ROZUM 3

**SKĄD CZERPAĆ WIEDZĘ:
LISTA DARMOWYCH KURSÓW**

Super, że jesteś tutaj!

To znak, że naprawdę zależy Ci na przyszłej karierze i rozwoju. Content Creator to niezwykle elastyczny zawód, w którym możesz wybrać konkretną niszę i rozwijać się w niej, albo próbować różnych dziedzin, aby później zdecydować, gdzie czujesz się najlepiej. Wiemy, że jesteś młody/a, pełen/a energii i kreatywności. To właśnie Twoja mocna strona.

Świeże spojrzenie, które wniesiesz, może zmienić nie tylko świat marketingu, ale także nasze społeczeństwo na lepsze!

Otrzymałeś ten e-book, ponieważ bierzesz udział w konkursie i chcesz stworzyć rolkę, która **pomoże zwiększyć świadomość społeczną na temat wyzwań, z jakimi mierzą się samotni Seniorzy**. Chcemy Ci serdecznie podziękować za zaangażowanie i pasję. **Aby wesprzeć Cię na Twojej drodze, chcemy dać Ci jak najwięcej cennych informacji**. Dlatego oprócz poprzednich wskazówek dołączamy **listę darmowych kursów i szkoleń**, które pomogą Ci rozwijać się jako Content Creator:



Google Digital Garage – Podstawy Marketingu Cyfrowego

- Zakres: Podstawy marketingu, SEO, social media marketing
- Czas trwania: Około 40 godzin
- Certyfikat: Tak, po ukończeniu kursu

② HubSpot Academy – Content Marketing i Social Media

- Zakres: Tworzenie i strategia treści, storytelling, dystrybucja treści
- Czas trwania: Około 6 godzin
- Certyfikat: Tak

③ Meta Blueprint – Budowanie Marki na Facebooku i Instagramie

- Zakres: Strategie social media, budowanie marki, Facebook i Instagram Ads
- Czas trwania: Różne kursy, od 1 do 5 godzin
- Certyfikat: Tak

④ Canva Design School – Podstawy Projektowania Graficznego

- Zakres: Projektowanie graficzne, tworzenie grafik na social media
- Czas trwania: Około 2-3 godziny na każdy kurs
- Certyfikat: Nie

⑤ YouTube Creator Academy – Tworzenie Wideo i Rozwój Kanału na YouTube

- Zakres: Tworzenie treści wideo, SEO na YouTube, algorytm YouTube
- Czas trwania: Kursy od 1 do 4 godzin
- Certyfikat: Nie

6 Coursera – Kursy z Marketingu i Copywritingu

- Zakres: Strategia treści, analiza odbiorców, planowanie, copywriting
- Czas trwania: Kursy trwają od 3 do 10 godzin, często rozłożone na kilka tygodni, w tempie dostosowanym do uczestników
- Certyfikat: Tak, po zakończeniu kursu (czasami certyfikat jest płatny)

7 Alison – Kursy z Produkcji Wideo i Edycji Treści

- Zakres: Produkcja i edycja wideo, copywriting, komunikacja, marketing
- Czas trwania: Zależnie od kursu, zazwyczaj od 2 do 8 godzin
- Certyfikat: Tak, możliwość uzyskania certyfikatu (czasami płatny)

8 Copyblogger – Copywriting dla Początkujących

- Zakres: Copywriting, storytelling, tworzenie angażujących treści
- Czas trwania: Kurs do samodzielnego przerobienia, około 3 godziny
- Certyfikat: Nie



Santander Academy

- Bezpłatne szkolenia, materiały edukacyjne i stypendia
- Globalna platforma dostępna dla wszystkich, niezależnie od tego czy jesteś klientem banku czy nie
- Wystarczy, że masz ukończone 16 lat i zarejestrujesz się
- Certyfikat: tak

Mamy nadzieję, że te materiały będą dla Ciebie inspiracją i pomocą w dalszej karierze. **Dziękujemy, że wzięłeś/wzięłaś udział w konkursie, i życzymy powodzenia w dalszej twórczej podróży!**

P.S. Zespół Fundacji Edukacja i Integracja Pokoleń zawsze służy Ci wsparciem! Jeśli masz jakiegokolwiek pytania lub potrzebujesz pomocy przy realizacji zadania konkursowego, śmiało skontaktuj się z nami przez nasze media społecznościowe lub napisz na adres: kontakt@fundacjaieiip.com.

Chcesz zdobyć nowe umiejętności, poznać ciekawych ludzi i zaangażować się w działalność naszej fundacji jako wolontariusz? Wpadnij do nas! Zawsze jesteś mile widziany/a na ul. Kramarskiej 32!

Trzymamy kciuki za Twój sukces w konkursie i życzymy Ci powodzenia! 🎉