

Spis treści

WSTĘP	9
 ROZDZIAŁ 1.	
WŁAŚCIWIE PO CO MI OPISY?	15
Jaką treść powinny wyrażać opisy?	20
Ale czyja potrzebuję opisów unikatowych?	25
Po co unikatowość w opisach i treściach?	26
Unikatowość a SEO	28
Czy tworzenie tekstów unikatowych jest trudne?	29
Czy unikatowość na dużą skalę jest w ogóle możliwa?	30
Które przestrzenie pozwalają pisać unikatowo?	32
Segment 1. Firma, czyli brand nadrzędny	33
Segment 2. Marka, czyli brand sprzedawany	37
Segment 3. Produkt, czyli rzecz kupowana	41
Segment 4. Użytkownik, czyli mocne targetowanie	48
 ROZDZIAŁ 2.	
GOOGLE PROPSUJE UNIKATOWOŚĆ	55
Jak zdaniem Google wygląda unikatowy tekst?	59
Jaką wartość ma unikatowość?	60
Unikatowy content to darmowa promocja	62
Unikatowość wyrabia autorytet domeny	63
Pułapki duplicate content	64
Tekst unikatowy vs autorski. Czym się one różnią?	66
Dla robotów długość tekstu ma znaczenie	67
Synonimy się nie sprawdzają. Nie zawsze	70
 ROZDZIAŁ 3.	
LUDZKA TWARZ OPISU	73
Jakie opisy często publikują producenci?	76
Jak powinna wyglądać ludzka twarz opisu?	77
Układ i grupowanie contentu	79
Introduce, czyli krótka prezentacja	79
Odwrócona piramida ważności	80
Grupowanie contentu dla wygody klienta	81
Optymalna długość akapitów	84
Treści dla głowy	85
Treści dla serca	86
Treści dla rąk	88
Boski schemat: Cecha → Zaleta → Korzyść	89

Wykorzystanie produktów w praktyce	91
Użytkowanie nieoczywiste	92
Triki i ciekawostki	93
Gdzie umieszczać treści z ludzką twarzą?	94
Skąd czerpać inspiracje do tworzenia przyjaznych treści?	95
 ROZDZIAŁ 4.	
A KIEDY ZABRAKNIE WENY...	99
Tworzenie makiet krok po kroku	101
Dlaczego trzeba określić: czym jest?	101
Dlaczego trzeba określić: czym nie jest?	103
Dlaczego trzeba znać aspekty pozytywne?	105
Dlaczego trzeba znać aspekty negatywne?	105
Konwencja oczywista	107
Konwencja nieoczywista	111
Nieustannie zbieraj inspiracje	114
 ROZDZIAŁ 5.	
JAK NIE PISAĆ? CZEGO UNIKAĆ?	119
Klątwa wiedzy	119
Kult cargo	121
Wodolejstwo, czyli brak konkretów	123
Patos — wzniosłe pisanie o prostych rzeczach	124
Zdania wielokrotnie złożone...	126
Zdania bez logicznego ciągu	127
 (NIE)ZAKOŃCZENIE	129
 PODZIĘKOWANIA	131

oprac. BPK