# Content manager – zadania, umiejętności, zarobki w net marketingu

ABC marketingu | 11 września 2023 | [rt_reading_time label="do przeczytania w "] minut

DIGITAL
MARKETING

Chcesz zacząć pracę w marketingu digitalowym i myślisz, w jakiej roli mógłbyś się sprawdzić? Zadania copywriterów, UX designerów czy **content managerów** intrygują Cię coraz bardziej? Zastanawiasz się, jaki jest ich zakres obowiązków i co właściwie robią? Świetnie, że tu trafiłeś, ponieważ rozkładamy na czynniki pierwsze stanowisko osoby odpowiedzialnej za proces zarządzania treścią. To content manager. Dowiesz się m.in.:

- Jakie obowiązki związane są z **pracą content managera;**
- Jakie są wady i zalety w pracy osoby odpowiedzialnej za tworzenie contentu;
- Gdzie szukać zatrudnienia jako content manager;
- Czy firmy przyjmują osoby bez doświadczenia;
- Ile zarabia osoba na tym stanowisku.

## Kim jest content manager?

**Content Manager** to stanowisko kierownicze średniego szczebla. To osoba odpowiedzialna za tworzenie treści, które udostępnia reprezentowana przez niego firma. **Menedżer treści buduje koncepcję pozyskania klientów i czuwa nad jej realizacją.** Analizuje również wyniki ustalonej strategii komunikacji i wyciąga z niej wnioski przydatne dla marki. Cele biznesowe **content managera** to:

- pozytywny wizerunek firmy,
- duża rozpoznawalność w mediach społecznościowych,
- zwiększająca się konwersja,
- dobrze pozycjonowana strona internetowa,
- pozyskanie lojalnych klientów.

## Praca content managera – trzeba mieć zaplecze 😉

Przed tworzeniem koncepcji marketingowej należy dokładnie zbriefować klienta. Co to oznacza? Zebranie maksimum informacji o jego firmie. Po prostu. Podstawowe pytania, które należy zadać, to:

- Jakie cele klient chce osiągnąć?

PISZ
i ZARABIAJ

"12 myków"

Bezpłatny kurs copywritingu.

- 10.000 zadowolonych studentów

Bezpłatny kurs copywritingu.

- 10.000 zadowolonych studentów
- luźna storytellingowa formuła
- prosto na Twoją skrzynkę e-mail

Twój email

☐ Zapisując się, wyrażasz zgodę na przetwarzanie danych na zasadach określonych w Polityce Prywatności

Zapisuję się na kurs

szukaj

## Kategorie

- ABC Marketingu
- Audiobook
- Biznes
- Coaching
- Content Writing
- Copywriting
- Copywriting Dla Początkujących
- Copywriting Kreatywny
- Copywriting Sprzedażowy
- Digital Marketing
- Komunikacja
- Książki
- Ludzie Copywritingu
- Marketing
- Media Społecznościowe
- Naming
- Poradnik
- Psychologia
- Redakcja I Korekta
- Rozwój Osobisty
- SEO
- SEO Copywriting

- Jaki przekaz mają otrzymać odbiorcy marki?
- Kto jest grupą docelową?
- Czym wyróżniają się produkty/usługi, które proponuje klient?

Szczegółowy brief ma nawet kilkanaście pytań. Sporo, prawda? **Jednak zrozumienie potrzeb klienta, zanurzenie się w jego zawodowy świat to podstawa, by zaplanować efektywną kampanię digitalową.** Nawet gdy zespół stworzy genialną, powalającą koncepcję, a zabraknie spójności z założeniami klienta… Sam wiesz. Nic z tego. Pamiętaj, że **content manager** współpracuje – nie narzuca. Jeżeli da klientowi poczucie, że prawdziwie go rozumie – dostanie z pewnością szersze możliwości realizacji treści zgodnych ze swoimi pomysłami. Priorytet to wygładzanie płaszczyzny relacyjnej, jak tylko się da 🙂

*UWAGA! Niezbędne cechy/umiejętności – elastyczność, umiejętność słuchania, asertywność, odporność na krytykę*

Brief
Komunikacja
Grupa docelowa

## Content manager – reklamowy zawrót głowy

Gdy już wszystko jest ustalone z klientem, trzeba wymyślić sposób prezentowania firmy odbiorcom. To czas na dokładny research i analizę działań konkurencji (współzawodników należy zostawić daleko w tyle). Ten etap to, przede wszystkim, generator kreatywnych rozwiązań plus szukanie odpowiedzi na pytania:

- Jak trafić do wybranej grupy klientów?
- Jakich formatów treści użyć?
- Na jakich kanałach publikować?
- Jacy specjaliści zasilą zespół na potrzeby danego projektu?
- Jak mierzyć efektywność działań?

*UWAGA! Kluczowe cechy/umiejętności – kreatywność, otwartość na nowe rozwiązania, umiejętność planowania*

## Obowiązek content managera – projekt ma mieć ręce i nogi 😉

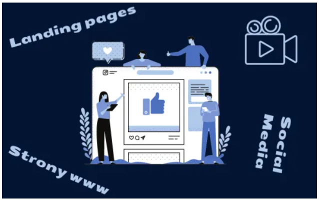
Koncepcja reklamowa gotowa, więc content manager zaczyna wymyślać angażujące treści. Mogą być to:

- teksty na strony www, artykuły, blogi, mailingi;
- filmy wideo, grafiki;
- projekty reklam zewnętrznych.
- posty na SoMe;

Ten etap to zazwyczaj praca w zespole, więc **Content manager** tworzy treści wraz ze swoją grupą content writerów. Prócz tego deleguje zadania i nadzoruje projekt. **Na tym etapie współpracują ze sobą specjaliści SEO, graficy, social media manager czy UX designerzy.** Ceniony **content manager** bez wątpienia musi lubić ludzi. Serio, serio 🙂 Trzeba być otwartym na ich pomysły, sprzeciwy i różne charaktery. Poza tym deadline to świętość, menedżer treści musi więc efektywnie zarządzać – zarówno ludźmi, jak i czasem.

*UWAGA! Ważne cechy/umiejętności – odpowiedzialność, zdolności przywódcze, komunikatywność, właściwe ustalanie priorytetów, lekkie pióro, poprawność językowa, umiejętność zarządzania*

- Social Media
- Storytelling
- Strategia
- Strategy
- Tech
- Uncategorized
- Życie



## Twórca dobrego contentu – na co zwrócić uwagę?

**Content manager** to zawód dla człowieka orkiestry. Na co powinieneś mieć zajawkę, by spełniać się w tej pracy?

- Śledzenie nowości – w marketingu online zmiany zachodzą błyskawicznie. Wczoraj panowało słowo pisane, dziś sprzedają rolki i tik-toki, a co będzie jutro? No właśnie. Trzeba być czujnym na wszelkie trendy, dodatkowo kochać zmiany i z pasją tworzyć nowe koncepcje.
- Polubienie się z oprogramowaniem- **dzięki dedykowanym narzędziom content manager szuka słów kluczowych, analizuje sposób, w jaki działa konkurencja, sprawdza intencje. Semstrom, Senuto czy Neuron Writer muszą więc brzmieć znajomo.** Publikacja treści w WordPress nie może przerażać. Poza tym – klienci oczekują efektów. Te z kolei można zmierzyć dzięki znajomości narzędzi takich jak np. Google Analytics, Hotjar czy Google Optimize. Przy zarządzaniu treścią konieczne są obszerne raporty dla klienta, zarządu czy rady nadzorczej. Powstaje coraz więcej systemów CMS dedykowanych marketingowi online – warto poznać ich funkcje, ponieważ trzeba na bieżąco optymalizować kampanie.
- Ciągły rozwój – praca w content marketingu to więcej niż zarządzanie i wszelakie treści. Zbudowanie zakresu pojęć, przyswajanie newsów branżowych, wyprzedzenie konkurencji to niełatwe wyzwania. **Niezbędne staje się zatem inwestowanie czasu i środków w książki, ebooki, kursy, webinaria, słuchanie podcastów branżowych. Digital marketing jest dynamiczny, algorytmy zmieniają się szybko**, jednak da się **za tym nadążyć.** Aktualizacja wiedzy! Na bieżąco. Od tego w dużej mierze zależy, czy twórca treści sprawdzi się na stanowisku.

*UWAGA! Istotne cechy/umiejętności – dociekliwość, ciekawość, chęci poznawcze, analityczny umysł, uwielbienie dla nieprzewidywalności*

## Praca jako content manager – zakres obowiązków

Rodzaj zadań może się różnić w zależności od profilu i wielkości firmy. Ale to zapewne czeka Cię podczas typowego dnia pracy:

- tworzenie angażujących treści z różnych dziedzin,
- nadzorowanie i wspieranie w codziennych obowiązkach podległego zespołu,
- prowadzenie i moderacja SoMe,
- optymalizowanie treści pod SEO,
- współpraca lub kierowanie zespołem: grafików, UX designerów, programistów.
- wdrażanie nowych rozwiązań,
- tworzenie harmonogramu działań,

Marka
Strategia
Konwersja

## Praca content managera- szukaj w social mediach!

Najwięcej ofert pracy na stanowiska związane z reklamą internetową znajdziesz w grupach na Facebooku. Zaprzyjaźnij się również z wyszukiwarką Google. Kilka podpowiedzi:

- portale z ogłoszeniami – Rocket Jobs czy Pracuj.pl,
- oferty w agencji reklamowej, jak również w firmie, w której chcesz pracować,
- **#contentmanager**; #wiegdzieszukać 😉

## Copywriter? Student? Dziennikarz? – jak zostać content managerem?

Jest kilka dróg prowadzących na to stanowisko. Zazwyczaj to kolejny etap kariery content writera czy specjalisty SEO. Często jednak na ścieżkę content marketingu wkraczają również osoby po dziennikarstwie czy specjaliści PR.

Droga jest też otwarta dla osób, które nie miały do czynienia z marketingiem online. Wystarczy mieć jasno określone cele zawodowe i intensywnie pracować nad uzupełnieniem wiedzy. Warto więc śledzić tematyczne webinary, podcasty oraz ukończyć kursu kreatywnego pisania. Zwróć uwagę na propozycje Semstrom czy Whitepress. **Posłuchaj podcastów A. Jabłońskiego. Przejrzyj blog P. Gontarka. Popatrz na książki D. Puzyrkiewicza. Zainwestuj w kurs Copywriting Masterclass od Jarka Kaniewskiego**. A może na początek warto sprawdzić mini kursy na platformach Domestika czy Udemy? Koniec podpowiedzi 🙂 W Internecie jest mnóstwo artykułów branżowych oraz szkoleń, które przybliżają zawód content managera. Tak, darmowych też.

Wyposażony w mniej lub bardziej zaawansowaną wiedzę możesz już startować na stanowisko juniorskie bądź staż w wybranej firmie.

HIRING!
Kursy
Literatura branżowa
Webinary
Podcasty
Apply Now!

### Zarobki content managera – ile jest wart dobry content?

To zależy. Wynagrodzenie może znacznie różnić się w zależności od:

- doświadczenia,
- miejsca zatrudnienia (agencja lub bezpośrednio w firmie),
- zadań na stanowisku,
- profilu firmy.

Wg Google przedział płacowy to ok. 4500 złotych do nawet kilkunastu tysięcy w dużej korporacji. Ogłoszenia w serwisie Pracuj. pl zachęcają stawkami 12-18 tys. Wg Rocket Jobs płaca wynosi 7-10 tys. dla specjalisty. Stanowiska juniorskie zaczynają się od około 4000 złotych, czyli na bułeczki i mleko starczy 😉

### Content manager – wady i zalety stanowiska

*Zalety:*

- nieustanne wyzwania,
- ciągłe zmiany,
- nienormowany czas pracy,
- stałe przyswajanie nowej wiedzy,
- bliska współpraca z ludźmi,
- kreowanie rzeczywistości.

*A teraz wady:*

- nieustanne wyzwania,
- ciągłe zmiany,
- nienormowany czas pracy,
- stałe przyswajanie nowej wiedzy,
- bliska współpraca z ludźmi,
- kreowanie rzeczywistości.

Rozumiesz, prawda? Wymarzony żywioł dla jednej osoby, dla innej będzie oznaczał jednak zawodowy koszmar. **W tym miejscu powinnaś/powinieneś już wiedzieć, czym charakteryzuje się stanowisko content managera. W jaki sposób pracuje oraz jakie cechy i umiejętności powinien posiadać.** Ocena – czy to plusy, czy minusy – należy do

Ciebie. A gdy zdecydujesz – będziesz wiedział, czy w tym kierunku podążyć.

Na koniec wskazówka – jeżeli poważnie myślisz o karierze w net marketingu zapoznaj się z pracą content creatora, czy copywritera. Nigdy nie wiesz, która droga jest właśnie dla Ciebie, warto więc sprawdzić różne możliwości. Poza tym – po prostu musisz wiedzieć kto jest kim w marketingowym świecie.

A może pracujesz już jako content manager i chciałbyś podzielić się refleksjami na temat pracy? **Świetnie! Zostaw, proszę, komentarz.** Perspektywa doświadczonego content managera z pewnością będzie cennym źródłem wiedzy dla stawiających pierwsze kroki w zawodzie.

Monika Chojnowska-Kotowska

Moja copy strategia: gdy nie czytam, to piszę. Gdy piszę, to mówię do czytelników. Gdy mówię, to tak, by odbiorcy chcieli słuchać. Gdy wysłuchają, to podejmą działania 😊 Lubię, gdy moje teksty pomagają Firmom i ich Klientom. Lubię też SEO wyzwania. A co jest dla mnie najważniejsze prywatnie? Rodzina, książki, psy i powroty na Mazury.

monikachojnowska.journoportfolio.com/

in

**Tags:** Content Manager Digital Marketing

0

Article Rating

★★★★★

Subscribe ▾ Login

Bądź pierwszy!

B I U S

0 KOMENTARZY

COPYwriter PL

Profesjonalna platforma copywriterska zrzeszająca starannie wyselekcjonowanych freelancerów o różnych specjalizacjach.

## Ważne linki

Polityka prywatności

## Na skróty

- Teksty na stronę internetową
- E-mail marketing
- Content writing
- Seo copywriting
- Copywriting sprzedażowy
- E-booki
- Ghost writing
- Naming
- Hasła reklamowe
- Scenariusze do reklam radiowych
- Scenariusze reklam tv
- Filmy korporacyjne
- Explainery
- Zewnętrzny dział copywritingu
- Copywriting masterclass
- Korekta i redakcja
- Storytelling masterclass
- Transkrypcja i adaptacja
- Blog
- Kontakt

## Dane kontaktowe

Solskiego 10/3, 31-216 Kraków

agencja@copywriter.pl

©Copywright @ 2022. **Copywriter.pl** All rights reserved.

Polityka prywatności