

Portfolio Wioletta Jagodzińska

Zapraszam do zapoznania się z wybranymi tekstami

- Advertoriale do prasy (Forbes, Newsweek, Top Gear)
- Posty na bloga SocialHolder
- Reklamy na Facebooka
- Opisy na YouTube
- Teksty na strony internetowe
- Na deser: Mój blog

- **Advertoriale do prasy (Forbes, Newsweek, Top Gear)**

Skarby morza

Fascynujące podróże po wzburzonych wodach oceanu i dalekie wyprawy w poszukiwaniu skarbów? Nietrudno poczuć się mistrzem żeglugi morskiej z czasomierzem Captain Power Reserve z kolekcji Captain. Piękna oprawa oraz niezawodny mechanizm zegarków marki Zenith to odpowiedź na przekazywane z pokolenia na pokolenie tajniki sztuki zegarmistrzowskiej. Jedna z najstarszych i najbardziej szanowanych zegarkowych manufaktur stworzyła model, który pod szafirowym szkłem antyrefleksyjnym mierzy czas z niezwykłą precyzją. Zegarki z kolekcji Captain są dostępne w salonach Apart i na www.apart.pl.

Magazyn Forbes 09/2014

Kobieta zmienną jest

Jaka jest współczesna kobieta? Modna i aktywna, ale przede wszystkim wymagająca. Ceni nie tylko oryginalny styl, ale także funkcjonalność. To właśnie takim użytkownikom marka Milate dedykuje nowy model torebki Milate Buckingham wykonanej z najwyższej jakości włoskiej skóry. Jest to propozycja bardzo praktyczna dzięki połączeniu kuferka z kopertówką. Na froncie torebki znajduje się odpinana na suwak mini torebka, którą można wymienić na inny kolor lub zamienić w niezależną kopertówkę. Teraz uniwersalność i niepowtarzalność nie muszą się wykluczać.

Tygodnik Newsweek 28.07-3.08.2014

Kontrolowany poślizg

Warto stawiać sobie wyzwania. Sebastian Vettel, mistrz świata w Formule 1, doskonale zdaje sobie z tego sprawę. Dlatego też razem z marką Braun proponuje innowacyjny produkt, Braun Waterflex, który sprostą niejednemu wyzwaniu. To pierwsza golarka stworzona wyłącznie do golenia na mokro. Co ciekawe Vettel to nie jedyne co łączy nową maszynkę z Formułą 1. Okazuje się, że twórcy golarek marki Braun inspirują się działaniem pit stopów. Ich produkty mają więc być wytrzymałe, intuicyjne w obsłudze i dopasowane do indywidualnych potrzeb (w tym przypadku do kształtu twarzy).

Magazyn Top Gear 09/2014

• Posty na bloga SocialHolder

<http://socialholder.com/sprzedawaj-w-social-media/>

Sprzedawaj w Social Media

Już za chwilę będziesz świadkiem starcia dwóch potężnych i walecznych zawodników na ringu social media. Facebook, kilkakrotny zwycięzca i gigant wśród mediów społecznościowych zmierzy się z młodym choć dobrze prosperującym Pinterestem. Jak sobie poradzą jako sprzedawcy Twoich produktów?

NARZĘDZIE DO SPRZEDAŻY W MEDIACH SPOŁECZNOŚCIOWYCH

Zanim jednak Facebook i Pinterest stoczą walkę, kilka słów o serwisie, który ułatwi dotarcie do klienta i zadba o sprzedaż produktów. Ma już 100 000 klientów w stu różnych krajach i konkuruje z BigCommerce i Volusion. To platforma Shopify umożliwiająca prowadzenie własnego sklepu internetowego. Od niedawna też współpracuje z portalami społecznościowymi takimi jak Twitter, LinkedIn czy właśnie Facebook lub Pinterest. Dzięki aplikacji Shopify można angażować i skierować potencjalnych klientów bezpośrednio z social media. Jest niezwykle przydatnym narzędziem, które pomaga zbudować sklep internetowy łatwo, bo nie potrzebujesz mieć wiedzy na temat tworzenia stron internetowych. Sam decydujesz, jak ma wyglądać Twoja strona, przy czym otrzymujesz profesjonalne wsparcie w procesie tworzenia, aktualizacji i zarządzania sklepem. Na przykład klient, który nie sfinalizował transakcji, zostanie o tym poinformowany poprzez wysłanego automatycznie maila. Poza tym, można ustawić opcję ukrycia sklepu zanim odwiedzający polubi Twoją stronę. Takie rozwiązanie pozwoli Ci zaoszczędzić czas.

FACEBOOK – LIDER SPRZEDAŻY W SOCIAL MEDIA

Wracamy do pojedynku Facebook – Pinterest. Tego pierwszego nie trzeba przedstawiać. Miliard użytkowników miesięcznie to wysoko postawiona poprzeczka dla konkurencji – dla porównania Twitter ma na koncie 200 000 użytkowników miesięcznie. Badania wykazują, że najbardziej popularną branżą na Facebooku jest fotografia, a zaraz po niej sport i rekreacja. Facebook generuje najwięcej ruchu w sklepie Shopify spośród wszystkich portali społecznościowych (prawie dwie trzecie) i najsukuteczniej sprzedaje. Okazuje się, że jeśli chodzi o zamówienia składane poprzez media społecznościowe, Facebook wygrywa z około 85 procentami. Robi wrażenie, prawda?

DOCIERAJ DO KOBIET PRZEZ PINTEREST

Co wiemy o portalu Pinterest? To medium społecznościowe powstało w 2010 roku i dopiero się "rozgrzewa." Do dziś zebrało około 70 milionów użytkowników na całym świecie i rozwija się w zaskakującym tempie. Fanów tej formy komunikacji cały czas przybywa, a wśród nich aż 80% z nich to kobiety! Można by tę wiedzę skutecznie wykorzystać w celach marketingowych, zwłaszcza że polscy producenci i właściciele firm coraz chętniej zakładają konto na Pinterescie.

POKAŻ SWOJE PRODUKTY NA PINTEREŚCIE

Należy jednak najpierw zrozumieć, jak funkcjonuje ta wielka wirtualna tablica korkowa. Pinterest jest specjalistą od obrazków, które przyciągają wzrok i "cieszą oko." Jeśli prowadzisz sklep internetowy, możesz założyć konto na tym serwisie, aby publikować zdjęcia swoich produktów, które oznaczone metką będziesz sprzedawał. Niezwykle przydatny z pewnością okaże się dział Gifts, w którym możesz promować swoje produkty oraz szukać fanów zakupu, którzy będą je potem rekomendować innym. Ten trzeci najbardziej popularny portal społecznościowy podjął współpracę z serwisem Shopify i w ciągu roku wygenerował czterokrotnie więcej zamówień! Badania pokazują również, że aż 69% internetowych konsumentów znalazło produkt na Pinterescie, który potem zdecydowało się kupić. Do tego 70% użytkowników szuka pomysłu na prezent lub elementu wystroju wnętrza właśnie na tym portalu.

GDZIE ZAROBISZ WIĘCEJ?

Wydawałoby się, że Facebook ma pewną pozycję i nie ustąpi miejsca choćby na moment. Z drugiej strony Pinterest jest, chociażby w Polsce czymś nowym i wzbudza coraz większe zainteresowanie. Jesteśmy po pierwszej rundzie walki, więc oba serwisy z pewnością wiele nam jeszcze pokażą, jeśli chodzi o sprzedaż internetową. Tym bardziej warto im się przyglądać, a najlepiej samemu spróbować swoich sił i założyć sklep internetowy zintegrowany z mediami społecznościowymi.

<http://socialholder.com/facebook-nie-spi/>

Facebook nie śpi

Nadchodzi „świeżynka” w świecie internetowej reklamy. Temat, który spowoduje szybsze bicie serca i nieopohamowaną radość reklamodawców, ale tym samym wzbudzi kontrowersje wśród użytkowników najpopularniejszego portalu społecznościowego.

Mowa o Facebooku i jego najnowszej platformie reklamowej. Sieć ta bazuje na systemie Atlas Advertiser Suite, który zakupiony od Microsoftu, został od nowa stworzony przez Facebooka tak, by zaistnieć jako nowy konkurencyjny produkt. Polega na wyświetlaniu reklam na stronach internetowych, także poza Facebookiem. Facebook jest naszym „przyjacielem,” który świetnie orientuje się co nas interesuje i na jakich facebookowych stronach się angażujemy. Następnie dzieli się tą wiedzą ze swoimi „dalszymi” znajomymi jak serwisy Onet czy WP, na których pojawiają się reklamy dopasowane do naszych upodobań. Na przykład, jeśli „lajkujesz” posty dotyczące picia kawy, nie zdziw się, jeśli na innym serwisie zobaczysz reklamę zestawu filiżanek z kawą gratis. To szczególne wyzwanie dla firmy Google

i serwisu reklamowego Google AdSense, który polega na tym samym, lecz nie jest z nami tak blisko jak Facebook, z którym dzielimy nasze prywatne informacje. Czy facebookowy Atlas

okaże się godnym rywalem? Aby odpowiedzieć na to pytanie, warto już teraz przyrzeć się ceniom i blaskom tej platformy.

Sieć reklamowa Atlas ma uszczęśliwić reklamodawców, jak i samych użytkowników. Jak to możliwe? Otóż ci pierwsi będą w stanie łatwiej i efektywniej dotrzeć do potencjalnych klientów. Pozwoli im to zaoszczędzić czas i pieniądze. Dzięki danym z Facebooka, firma będzie mogła lepiej poznać grupy zainteresowanych, trafić w ich potrzeby i podsunąć atrakcyjne dla nich oferty. Dodatkowo to rozwiązanie pomoże ustalić poziom atrakcyjności i zainteresowania użytkowników daną reklamą. Co ważne system Atlas sięga dalej niż Facebook, bo dotyczy również zewnętrznych stron internetowych. W odróżnieniu od ciasteczek („cookies”), będzie dostępny także w aplikacjach mobilnych, a kroki użytkowników zostaną namierzone na różnych urządzeniach.

Facebookowa platforma nie opuści Cię aż do śmierci. To znaczy do końca istnienia Twojego facebookowego ID. To największy i być może jedyny mankament oraz obawa przed siecią reklamową Atlas. Wszystkie dane udostępnione przez użytkownika będą hulać po internecie. Oczywiście wszystko dla dobra konsumenta. Po to, aby lepiej sprostać jego oczekiwaniom i ułatwić zakupy. Prawdopodobnie jednak ten argument nie powstrzyma fali niezadowolonych i buntujących się internautów. Przecież nikt nie chce być śledzony. A jak tu inaczej poznać dokładnie konsumenta, wejść w jego skórę, zrozumieć go, po to, by dawać mu to, co najlepsze? Pocieszeniem może być to, że cały proces odbywa się anonimowo.

Czy Facebook zachęci czy zniechęci swoją innowacyjnością? Czy reklamy szyte na miarę nie zagrozą poczuciu naszej prywatności i bezpieczeństwa? O tym przekonamy się pewnie niedługo. Na razie nie brakuje zainteresowania wokół sieci Atlas, który już przyciąga duże firmy reklamowe. Jedno jest pewne – Facebook czuwa i skutecznie utrudnia życie konkurencji.

<http://socialholder.com/sie-kreci-w-reklamie/>

Się kręci w reklamie

Tanio, łatwo, skutecznie! Nie, nie mówimy o lekcjach języka obcego czy praniu dywanów. Chodzi o potęgę, jaką stał się **video marketing**.

LICZBY NIE KŁAMIA!

Nagranie filmiku to szósta **najbardziej popularna** strategia marketingowa. Aż 70 procent content marketerów tworzy video w sieci. Więcej liczb? Proszę bardzo:

- Dziennie serwis YouTube notuje 4 mld odsłon
- Co sekundę wrzucana jest godzina filmu na YouTube (więcej ciekawostek na www.onehourpersecond.com)
- W roku 2012 nastąpił wzrost wydatków na reklamę YouTube o 5%
- Aż 46% pytanym mówi, że widząc produkt w filmie video, są skłonni do dokonania zakupu*

Wystarczy, by przekonać największego sceptyka. Tak naprawdę nie ma powodów, by nie wykorzystać tego potencjału, a właściciele mniejszych i większych firm zaczynają być coraz bardziej świadomi obecnego trendu.

DLACZEGO POWINIENIENŚ STOSOWAĆ WIDEO?

Oprócz filmów edukacyjnych czy rozrywkowych, istnieje ogromna liczba teaserów promujących nadchodzące wydarzenia. Krótkie filmiki są chętnie oglądane także z urządzeń mobilnych i udostępniane przez miliony internautów. Każdy może nagrać filmik, jako że nie wymaga to dużych środków finansowych. Do tego, odpowiednio przygotowany, może być bardziej skuteczny i przekazać więcej informacji (1 minuta filmu to około 1,8 mln słów!). Do tego oglądanie filmu wydaje się bardziej atrakcyjne niż na przykład czytanie posta na blogu.

JAK SPRAWIĆ, BY WIDZ KUPOWAŁ?

Pytanie, jakie należałoby postawić, to **jak przyciągnąć** jak największe grono odbiorców, wzbudzić zainteresowanie swoją marką i zostawić **pozytywne wrażenie** właśnie za pomocą filmu. Po pierwsze. Należy zastanowić się:

- **Jaki jest cel** naszego filmiku – ma rozbawić czy poinformować? Może tylko zachęcić do zgłębienia tematu?
- Następnie **kto ma być odbiorcą?** Jakiego języka, tła muzycznego i wizualnego użyć, by obejrzał do końca?

Po drugie. Zadbaj o **jakość nagrania i czytelność komunikatu**. Upewnij się, że film jest zrozumiały. Nie zapomnij o poprawności językowej.

Po trzecie. Staraj się **ukazać „ludzką twarz” firmy**. Bądź przystępny, prawdziwy i przekazuj realne wartości.

Po czwarte. Śmieszne filmiki cieszą się większą popularnością, ale... **nie próbuj być śmieszny na siłę!** Taki „zabieg” może tylko zniechęcić odbiorców.

Po piąte. W celu optymalizacji filmu, nadaj **tytuł przyjazny wyszukiwarce**. Dodaj słowa kluczowe związane z treścią filmu.

Po szóste. **Wyróżnij się** na tle konkurencji. Nie powielaj, bądź oryginalny i kreatywny. Zastanów się, jak możesz zaskoczyć odbiorców.

Czy filmik musi być krótki, by nie zanudzić? Niekoniecznie. Wystarczy, że treść będzie wartościowa, wzbudzająca emocje, a przekaz mocny. Autor pierwszego filmiku na YouTube prawdopodobnie tego nie wiedział -

<https://www.youtube.com/watch?v=jNQXAC9IVRw> 😊

* <http://blog.eloqua.com/online-video-marketing-statistics>

• Reklamy na Facebooka

1

Are you wondering how you can fulfil your dreams and become successful?

One of the greatest motivational speakers, Anthony Robbins is coming to Poland to help you enjoy your life more!

Find out more in this video: <http://youtu.be/C8HqMVI2xys>

2

What are your dreams? Go ahead, take it! Change your thinking with Tony Robbins.

Start to Be Happy

Get the ticket

www.english.thewayahead.pl

3

That man has motivated the greatest world leaders. Now Tony is going to change YOUR life!

See Tony Robbins Live

Buy a ticket

www.english.thewayahead.pl

4

Gotowy na sukces? Odkryj swój pełny potencjał dzięki spotkaniu z Robbinsem!

Tony Robbins w Polsce!

Kup bilet

Liczba miejsc ograniczona

5

Wygraj swoją codzienną walkę. Przełam bariery, by udowodnić swoją siłę i wartość!

Vujicic w Polsce

Obejrzyj film

Bez-ograniczen.pl

6

Facebook nie śpi, byś Ty spał spokojnie. Jakie korzyści biznesowe przyniesie nowa usługa?

Nowa sieć reklamowa

Przeczytaj artykuł

[SocialHolder blog](#)

- **Opisy na YouTube**

The Way Ahead

Film zapowiada wielkie wydarzenie, które poprowadzi uznany trener i mówca motywacyjny Anthony Robbins. Szkolenie "Droga Naprzód: The Way Ahead" odbędzie się w dniach 20-22 marca 2015 roku w Poznaniu.

Lider inspirowuje do podjęcia wielkich decyzji w swoim życiu. Podpowiada jak myśleć, by zmienić swoje życie na lepsze, spełnić marzenia i osiągnąć wielki sukces. Szkolenie będzie okazją, by zobaczyć na żywo charyzmatycznego przywódcę, który zainspiruje do walki o swoje szczęście. Sukces nie ma wartości, jeśli nie czujemy się szczęśliwi i spełnieni. Jak przełamać bariery, stworzyć wizję i wprowadzić zmiany w swoim życiu? Anthony Robbins namawia do działania.

Spotkanie z nim może być pierwszym krokiem na drodze po marzenia.

https://www.youtube.com/watch?v=n_brcZLYXds

Wielkie motywacyjne wydarzenie

Jakub B. Bączek, złoty medalista mistrzostw świata i trener mentalny naszej reprezentacji siatkarzy wspomina historię swojej drogi do wielkiej kariery. Jest przekonany, że warto czekać na spełnienie swoich marzeń nawet kilkanaście lat. Będziesz mógł wysłuchać jego motywacyjnej mowy podczas jednego z najbardziej wyczekiwanych wydarzeń z Nickiem Vujicicem.

<https://www.youtube.com/watch?v=PLcuJibJKIY>

Wypowiedz marzenie

Co jest Twoją pasją, Twoim wielkim marzeniem? Łukasz Jakóbiak właśnie pomaga spełnić jedno życzenie pewnej nieprzeciętnej i zdolnej osoby. Sprawdź, o kogo chodzi i dołącz do tej pozytywnej akcji!

Pomóż spełnić marzenie

Trener i mówca motywacyjny, Mariusz Szuba dzieli się historią niezwykle silnej osoby, która podróżuje i inspirowuje pomimo swojej choroby. Warto jej pomóc, by mogła czerpać z życia jeszcze więcej i spełniać swoje marzenia. Dowiedz się więcej w filmiku.

<https://www.youtube.com/watch?v=guPFHpYy8yM&feature=youtu.be>

- **Teksty na strony internetowe**

<http://www.green-surgery.com/en/article/teeth-whitening/>

Make Your Smile Radiant with Philips Zoom Whitespeed

Why are healthy, white teeth so important in our life? Because they give us confidence and leave a positive impression on people we meet. A job interview, a date or a wedding – a radiant smile will increase your self-esteem and make you enjoy the day. Philips Zoom, a professional whitening brand, will help you achieve that.

How can you make your teeth whiter and your smile brilliant? Philips Zoom is an in-office whitening treatment that lasts only 45 minutes. All you need to do is visit our dentist's office and feel happy with the wonderful results!

How does it work? The system uses light-activated technology, which is completely safe, quick and effective. As it is possible to adjust intensity, our patients feel comfort during the treatment.

Is there any evidence? As many as 14 million of people have been treated with Philips Zoom Whitespeed, 96% of whom are satisfied. It has been tested and fully recommended by dentists.

After the program, you will not cover your mouth when laughing anymore!

Ask our dental professionals about this unique method.

<http://www.green-surgery.com/en/article/dermal-fillers/>

Dermal Fillers. Look Younger, Feel More Confident

How old are you? It does not matter now. With dermal fillers you can stay young and beautiful no matter what age.

Why would you need it?

Getting older is inevitable, but why can't you preserve the youthful looks? You may be no longer satisfied with the condition of your skin. A number of factors like sun exposure, fat loss, heredity, lifestyle and age are our enemies to fresh and smooth skin. You are aware that skin care products are not as effective as dermal fillers or Botox. So do you want to send back any signs of ageing and get back your youthful appearance? Read on.

What can we do for you?

Our doctors will help you accomplish your dream. We offer cosmetic corrective treatment that includes rehydration of the skin, softening facial creases, removing fine and deep wrinkles, plumping thin lips, filling-in hollow areas of your face and regaining skin elasticity.

We use Botox and hyaluronic acid such as Belotero, Teosyal, Juvederm, Revanesse, Viscoderm, GeneFill and Radiesse. The treatment is safe, quick and the effects are visible almost immediately!

ASK OUR DOCTORS, MAKE AN APPOINTMENT

<http://dobry-lekarz-blog.co.uk/dentysta-w-uk-jak-czesto-go-odwiedzac/#.VKp7a3uE47g>

Dentysta w UK – jak często go odwiedzać?

Czy zdarza Ci się odkładać wizytę u dentysty na kolejny tydzień? Pobyt w gabinecie kojarzy Ci się z koszmarnym bólem, a na myśl o borowaniu oblewa Cię zimny pot? Niepotrzebnie. Jeśli regularnie badasz zęby u dentysty, zmniejsza się prawdopodobieństwo uszkodzenia zębów i konieczności leczenia.

W takim razie jak często pukać do drzwi gabinetu stomatologicznego?

Najlepiej raz na pół roku lub nawet raz na trzy miesiące, w zależności od indywidualnych uwarunkowań. Twój dentysta oceni, kiedy powinna odbyć się kolejna wizyta. W przypadku dzieci, zwłaszcza tych, które mają zęby mleczne, kontrole powinny odbywać się co trzy miesiące ze względu na cienką warstwę szkliwa, która szybciej ulega demineralizacji i rozkładowi szkliwa, czyli próchnicy. Należy przyzwyczajać już kilkulatka do regularnych wizyt u dentysty tak, aby nie myślał o nich jak o przykrym obowiązku, ale czymś naturalnym. Zwłaszcza, że dentyści zwykle potrafią zainteresować małych pacjentów, np. stomatologicznymi narzędziami i zachęcić do kolejnych odwiedzin poprzez drobne nagrody.

Nawet jeśli wzorowo dbasz o swoje zęby – dobrze szczotkujesz, używasz nici dentystycznej i płynu do płukania – wpisz rutynowe kontrole dentystyczne do swojego kalendarza. **Nawet niewielkie zmiany w jamie ustnej mogą doprowadzić do uciążliwych problemów**, których leczenie jest zwykle dłuższe (nawet kilka wizyt), bardziej bolesne, a przy tym droższe. Na liście mrocznych prognoz jest leczenie kanałowe, wyrwanie zęba oraz konieczność zastosowania protezy lub implantów.

Dlatego pamiętaj o regularnej profilaktyce.

A kiedy Ty ostatnio byłeś u dentysty?

Ostatni trymestr – dlaczego boimy się porodu?

Czego możemy się spodziewać w ostatnim trymestrze ciąży?

W ciągu trzech ostatnich miesięcy dziecko oddycha już samodzielnie. Rośnie w niebywałym tempie i powoli układa się główką w dół, aby umożliwić poród. Kobieta zwykle czuje się ociężała z powodu dużego rozmiaru brzucha. Powiększają się też piersi. Mogą dokuczać bóle w krzyżu oraz duszności przy dużym wysiłku lub gdy śpisz na wznak. Jako że macica uciska na pęcherz, potrzebujesz częściej oddawać mocz. Pojawiają się także skurcze macicy, tzw. skurcze **Braxtona-Hicksa**, które nie są jeszcze skurczami porodowymi. Są niebolesne i nieregularne, dlatego nie warto się nimi przejmować, ale wiedzieć czym są. Te i inne dolegliwości mogą spowodować pogorszenie samopoczucia. Z drugiej strony za kilka tygodni po raz pierwszy usłyszysz krzyk swojego dziecka, co jest niesamowitą nagrodą dla matki.

O czym nie można zapomnieć?

Ruchy Twojego dziecka będą coraz bardziej intensywne, a niektóre mogą być bolesne. W ostatnim trymestrze niezwykle ważna jest obserwacja tych ruchów. Jeśli zauważysz, że pojawiają się rzadziej lub wcale, koniecznie zgłoś się do ginekologa lub położnej.

Istotne jest również wykonanie ostatniego badania USG, podczas którego lekarz oceni między innymi tempo wzrastania płodu i zadba o jego dobrostan. Należy także wykonywać regularne badania KTG, czyli kardiotorokografię i USG z przepływami dopplerowskimi.

Boję się porodu – czy słusznie?

Lęk przed porodem czy też rozwiązaniem jest zrozumiały. Zwłaszcza jeśli **ciąża** jest dla Ciebie czymś nowym, a dookoła słyszysz sprzeczne opinie i zwykle nieprzyjemne historie innych kobiet. Tak więc, aby lepiej sobie poradzić z przedporodowym strachem trzeba zdobyć jak najwięcej informacji i zweryfikować je ze specjalistą. Wiedza na temat etapów i przebiegu porodu sprawi, że będziesz spokojniejsza. Dodatkową dawkę wiedzy zapewni szkoła rodzenia, która między innymi nauczy odpowiedniego oddychania. Zaufana **położna** lub **pielęgniarka**, zaś sprawi, że poczujesz się bezpiecznie.

Szczęśliwego rozwiązania!

<http://www.piccolowanstead.com/traditional-food-of-puglia/>

Traditional Food of Puglia

When you look at the map of Italy, Puglia or Apulia in English, forms the heel of the country's boot. This sunny agricultural region in southeastern Italy is one of the most fertile and offering an excess of fresh and flavourful food. Take a short and tasty journey around the traditional cuisine of Puglia.

BREAD

Puglia region is rich in durum wheat which is used for making pasta and bread. It is served with every meal and comes in diverse shapes and sizes. In some places like the city of Altamura you will find locals baking their own bread in traditional ovens. One of the most famous bread snacks include crunchy taralli, which are baked stick rings spiced with fennel, black pepper or onion.

OLIVE OIL

Italy is the second biggest producer of olive oil, about 40 percent of which comes from Puglia. It is no surprise that most Italian dishes are sprinkled with this fruity liquid. It can add an exceptional taste to even a simple dish.

CHEESE

The region of Puglia offers a wide array of cheeses. The most popular is burrata made from mozzarella and cream. When you cut into it, you will discover rich-tasting milky filling. Another cheeses are Caciocavallo Podolico, an aromatic strong cheese made from cows' milk or Canestrato Pugliese, which is sheep's milk hard cheese that the locals often grate on their pasta.

PASTA

Italians are very passionate about pasta and every region has its own shape. In Puglia it is Orecchiette, which means little ears as it resembles small ears. It is handmade with durum wheat semolina flour instead of plain flour and without eggs.

Historically, Puglia was a poor region and Puglian people could not afford to eat meat on a daily basis. However, the warm climate makes Puglia a perfect place for vegetables to grow in abundance. Fresh seasonal tomatoes, pepper, aubergines, and courgettes are marvels of Puglian dishes, whether grilled, stuffed or used to make sauces. There is also a large variety of fish including sea bass, anchovies, or cuttlefish. Puglia is home to simple, delicious and healthy food.

- Na deser: Mój blog

Prowadzę bloga od roku 2008. Jest ich kilka, ale zapraszam do poczytania najnowszego <http://kredkatywna.pl/> .

W czym skuteczny copywriting przypomina wymarzonego faceta

Jakie cechy powinien mieć idealny facet? Wcale nie inne od tych, które posiada dobry tekst reklamowy. A ten tekst powinni przeczytać tak samo kobiety jak i mężczyźni. Początkujący copywriterzy (tacy jak ja) oraz właściciele małych firm. Ale tak naprawdę mam nadzieję, że przeczytają wszyscy. W optymistycznym noworocznym nastroju rozpoczynam swoje zestawienie. Start!

My, kobiety pragniemy mieć faceta, który...

1. Dobrze wygląda

To nie muszą być markowe ciuchy. Ma wyglądać schludnie i czysto. Delikatnie poperfumowany. Żadnych powyciąganych rękawów czy skarpet na dotarcie. Podkreśl swoje mocne strony. A przede wszystkim wyprostuj się!

COPYWRITING: Tekst ma być wizualnie „do zjedzenia.” Nie ma mowy o błędach gramatycznych, ortograficznych czy interpunkcyjnych. Te od razu odwracają uwagę nawet od doskonałej treści. **Tekst idzie na randkę z klientem tak samo jak kawaler z młodą damą.** Nie pozwól, byś został odrzucony na samym starcie. Wytłuść najważniejsze punkty. Zadbaj o podstawy. Inaczej ta randka nie potrwa dłużej niż wypicie kawy. Duszkciem!

2. Jest inteligentny

Bo to co nas podnieca to się nazywa... mózg. Mężczyzna ma być autorytetem dla swojej kobiety. Dobrze dobiera słowa, wie kiedy zapytać, a kiedy przemilczeć. **Umiejętnie poprowadzona rozmowa to bezkonkurencyjny afrodyzjak!**

COPYWRITING: Nie jesteśmy ekspertami w każdym temacie. Należy być otwartym na nową wiedzę. Zbierać doświadczenia. Mądrze i rozsądnie wykorzystywać je w swoich tekstach.

3. Rozumie potrzeby wybranki

Jakim sposobem? Podobno zrozumieć kobietę to nie prosta rzecz. **Ale wystarczy tylko dobrze... słuchać!** Nawet jeśli zwiedziłeś pół świata, skończyłeś trzy kierunki studiów lub jesteś imprezowym zwierzem, uszanuj drugą osobę. Daj jej się wygadać. Doceni to. A Ty zbierzesz ważne informacje o niej, które wykorzystasz przy następnym spotkaniu. Zabłyśniesz!

COPYWRITING: Zanim wystukam pierwsze słowo, robię *research*. Poznaję cele marki, produkty i grupy, do których mam dotrzeć. **Staram się wejść w skórę potencjalnych klientów**. Dowiedzieć się, czego pragną i kim chcą być. Tym sposobem wzbudzę ich zainteresowanie i zbuduję trwałą relację.

4. Jest słowny

Zdarzyło Ci się, żeby ktoś Ci coś obiecał i nie spełnił obietnicy? Założę się, że tak. Jak się wtedy czułeś? Rozczarowany? Wściekły? Mnie też to się przydarzyło. I wtedy myślałam sobie – mógł nic nie mówić. **Kiedy nadzieje są duże, rozczarowanie jest proporcjonalnie wielkie.**

COPYWRITING: Nie obiecuj na wyrost. Nie zachwalaj, jeśli wiesz, że to kłamstwo. Prawda i tak wyjdzie na jaw. A wtedy nie odzyskasz zaufania klienta. Znajdź inną pozytywną, ale prawdziwą cechę produktu, którą zdobędziesz serca klientów.

5. Ma poczucie humoru

Nie jest sztywniakiem. Dzięki niemu kobieta czuje się swobodnie. Śmieje się. Będzie pozytywnie wspominać to spotkanie. Tu nie chodzi o sypanie kawałami jak z rękawa. Dobre poczucie humoru to **umiejętność wtrącenia zabawnej i błyskotliwej uwagi spontanicznie** podczas rozmowy. Naturalnie. Nie przygotujesz się wcześniej w domu. Po prostu musisz „to” mieć.

COPYWRITING: Delikatny żart czy zabawna puenta zbliża markę do klienta. Będzie miło się kojarzyć. Zmniejszy dystans.

6. Umie flirtować

Oczywiście nie demonstruje swoich możliwości zabawiając inne panie. Skupia się na wybrance. **Patrzy prosto w oczy, uśmiecha się**. Komplementuje w sposób nienachalny i niebanalny. Czeki na ruch kobiety. Nie spieszy się. Obserwuje swoją partnerkę. Dzięki niemu ona czuje się jak księżniczka. Oczywiście tu też trzeba zachować rozsądek. Facet też musi znać swoją wartość. Jeśli przesadzi, wyjdzie na zdesperowanego. Dwa kroki do przodu. Jeden do tyłu.

COPYWRITING: Klient lubi być połączony. Chce poczuć się ważny. Pokaż, że się nim interesujesz. Że zwracasz na niego uwagę. Puszczasz mu oczko. W tym celu powiedz mu coś miłego. Każdy to potrafi! Ale Ty bądź oryginalny. Dotrzyj tam, gdzie nikt dotąd nie był. Zapomnij o ogólnikach typu „Jesteś wspaniały.”

7. Jest zdecydowany, mówi krótko i na temat

Jeśli myślisz, że kobieta potrzebuje gaduły to jesteś w błędzie! Do tego ma koleżanki. Jasne, kobieta narzeka, że facet za mało z nią rozmawia. Ale tak naprawdę potrzebuje, by ją wysłuchał, nie gadał! Wtrącał przemyślane uwagi, zadawał adekwatne do rozmowy pytania. Dlatego mężczyzno, **usuń słowa, które niewiele wnoszą do rozmowy**. Może okazać się, że powiesz za dużo. A wtedy możesz dostać po głowie. Poza tym, udowodnij, że wiesz co robisz i o czym gadasz. Kobieta bywa niezdecydowana. Naucz się podejmować trafne decyzje.

COPYWRITING: Czytam tekst kilkakrotnie. Wykreślam powtórzenia lub słowa, które nie wnoszą niczego nowego. Bez lania wody. Staram się trafić w sedno za pomocą krótkich, ale mocnych fraz. **Bo szanuję czas swojego czytelnika.**

8. Jest zaangażowany i angażujący

Jeśli podoba Ci się dziewczyna, nie ukrywaj tego. Bądź gotowy na poświęcenia. Kiedyś mój tata jako kawaler przemierzał długą drogę, by spotkać się z mamą. Zajęło mu to kilka godzin, bo szorował z buta. Dzisiaj ludzie z wygody decydują się zamieszkać razem. Niektórzy rezygnują, bo za daleko. To smutne. Daj z siebie więcej. A do tego spraw, by kobieta myślała o Tobie niemal bez przerwy. I czekała na kolejne spotkanie z niecierpliwością. Jak? **Zaskakuj ją. Nie ograniczaj się do randek w kinie czy przytulania na kanapie.** Bądź kreatywny. Będzie chciała więcej. Nie znudzi się!

COPYWRITING: Wiem, że w pisaniu dobrze jest zachować spójność i pewną przewidywalność. Trzeba utrzymać tę samą atmosferę przypisaną marce. Co nie wyklucza oryginalności. **Jeśli klient nie będzie zaskakiwany, szybko się znudzi.** Dlatego za każdym razem sprzedaj małą bombę. Coś co pozwoli się obudzić.

Wiem, jak długą drogę trzeba przemierzyć, by dotrzeć do idealnego faceta. Ale można. Tak samo pisanie tekstów sprzedażowych jest nie lada wyzwaniem. Do tego potrzeba dużo praktyki. Ale także serca.

###

Dodalibyście coś do tej listy?