

Rozdział 1. Nowa rzeczywistość copywritingu	9
Rola tekstów w tradycyjnym i nowoczesnym marketingu	11
Copywriting jako kluczowy element komunikacji marketingowej	12
Część I. Ewolucja mediów i jej wpływ na copywriting	29
Rozdział 2. Popularność krótkich form wideo	37
Jak powstała moda na reelsy i tiktoki?	45
Konsekwencje dla copywriterów: zmiany w strategiach komunikacyjnych	51
Rozdział 3. Rozkwit podcastów i jego wpływ na czytelnictwo	83
Dlaczego ludzie coraz mniej czytają?	89
Jak podcasty zmieniają sposób konsumpcji treści online?	92
Konsekwencje dla copywriterów	101
Rozdział 4. Rola ChatGPT i automatyzacji w copywritingu	119
Jak ChatGPT zrewolucjonizował tworzenie treści?	124
Przykłady zastosowań ChatGPT w copywritingu	133
Część II. Przyszłość copywritingu	159
Rozdział 5. Tradycyjne obszary zastosowań copywritingu	163
Dlaczego dobre teksty nadal są niezastąpione?	165
Jakie są kluczowe umiejętności copywritera?	214
Rozdział 6. Szukanie nowych nisz w copywritingu	233
Trendy i nowe możliwości w branży	235
Jak rozpoznać i wykorzystać nowe potrzeby rynkowe?	239
Przyszłość copywritingu jeszcze nie jest stracona, trzeba się tylko odnaleźć	241
Rozdział 7. Zmiana podejścia do pracy copywritera	245
Adaptacja do zmieniających się technologii i trendów	247
Wykorzystanie przestrzeni, w której copywriting jest niezastąpiony	249
Specjalizacja w nowych niszach kluczem do utrzymania pozycji na rynku	250
Porzuć schematy i otwórz się na nowe	252
Rozwój osobisty jako klucz do sukcesu	255
Rozdział 8. Współpraca z twórcami wideo i podcasterami	259
Jak copywriterzy mogą efektywnie współpracować z influenerami i twórcami wideo?	262
Przecież scenariusz też jest tekstem, czyż nie?	264

Czy podcast to przypadkiem nie są słowa?	266
Przykłady udanych strategii	269
Rozdział 9. Wykorzystanie ChatGPT w praktyce copywritingowej	273
Sposoby zastosowania sztucznej inteligencji w procesie twórczym	275
Jak osiągnąć efektywność i jakość tekstów przy użyciu narzędzi AI?	288
Zatrudnij specjalistów, czyli kilka wskazówek, które poprawią wyniki uzyskiwane od AI	293
Rozdział 10. Podsumowanie i przyszłość copywritingu	307
Główne wnioski z omówionych tematów	310
Prognozy na przyszłość branży copywritingu	312
Jak przygotować się na kolejne zmiany i wyzwania?	315
Przyszłość copywritingu - co nas czeka?	318
Dodatek. Case studies: różne podejścia do współczesnego copywritingu	323
Case study 1: Airbnb - kampania "Live There"	325
Case Study 2: "The New York Times" - kampania "The Truth Is Worth It"	326
Case Study 3: HubSpot - wykorzystanie AI w marketingu treści	327
Case Study 4: Glossier - microcopywriting i personalizacja	328
Case Study 5: BuzzFeed - interaktywne treści i SEO	329