

Specjalista ds. content marketingu / Content Marketing Specialist

Opis stanowiska

Szukamy osoby, która pomoże nam rozwijać treści dla [grupa odbiorców]. Content ma wspierać [główny cel, np. pozyskiwanie leadów, edukację rynku, sprzedaż lub widoczność organiczną]. Na tym stanowisku będziesz pracować nad materiałami od pomysłu i researchu do publikacji. Zależy nam na dobrej jakości treści, ale również na rozumieniu ich celu i odbiorcy.

Obszar	Jak wygląda ta rola?
Główny cel	[np. rozwój treści eksperckich i pozyskiwanie leadów]
Odbiorcy	[np. właściciele firm / HR / klienci B2B]
Główne formaty	[artykuły / case studies / landing pages / newslettery]
Zakres SEO	[praca z treścią / współpraca z SEO Specialistą / inny]
Publikacja	[samodzielna praca w CMS / przekazanie do publikacji]
Zespół	[marketing / eksperci / sprzedaż / product marketing]
Model pracy	[zdalny / hybrydowy / stacjonarny]

Nad czym będziesz pracować?

Będziesz rozwijać tematy i przygotowywać materiały odpowiadające na potrzeby naszych odbiorców. Część projektów zaczniesz od gotowego briefu. Przy innych będziesz uczestniczyć już w wyborze tematu i kierunku treści.

Do Twoich zadań będzie należało:

- wyszukiwanie i rozwijanie tematów,
- prowadzenie researchu i sprawdzanie źródeł,
- przygotowywanie briefów i struktur materiałów,
- tworzenie oraz redagowanie treści,
- rozmowy z ekspertami i pozyskiwanie od nich informacji,
- dbanie o poprawność merytoryczną i językową,

- dopasowanie treści do odbiorcy i tone of voice marki,
- koordynowanie konsultacji i akceptacji,
- przygotowywanie materiałów do publikacji,
- aktualizowanie istniejących treści,
- dostosowywanie materiałów do kolejnych formatów i kanałów,
- analizowanie efektów i wyciąganie wniosków.

Będziesz pracować przede wszystkim z [wpisz formaty wykorzystywane w firmie]. Nie oczekujemy, że jedna osoba będzie odpowiadać za wszystkie obszary marketingu.

Z kim będziesz współpracować?

Na co dzień będziesz pracować z [zespołem marketingu], a także z [ekspertami merytorycznymi / sprzedażą / product marketingiem / grafikami]. Twój zakres odpowiedzialności będzie jasno określony. Za [np. techniczne SEO, kampanie płatne, projekty graficzne lub prowadzenie social mediów] odpowiadają [wpisz osoby lub zespoły]. Dzięki temu od początku wiadomo, które elementy projektu prowadzisz samodzielnie, a przy których współpracujesz z innymi specjalistami.

Jakiego doświadczenia szukamy?

Szukamy osoby, która potrafi samodzielnie pracować z treścią i prowadzić research. Ważne jest dla nas nie tylko dobre pisanie, ale też zrozumienie celu materiału.

Zwrócimy uwagę na:

- doświadczenie w tworzeniu i redagowaniu treści marketingowych,
- umiejętność pracy z briefem,
- dobór języka i argumentacji do odbiorcy,
- sprawdzanie informacji i pracę ze źródłami,
- współpracę z ekspertami,
- pracę z feedbackiem,
- dobrą organizację kilku równoległych projektów,
- pilnowanie terminów i kolejnych etapów pracy,
- umiejętność wyciągania wniosków z efektów publikacji.

Zależy nam również na osobie, która potrafi szukać własnych przykładów, danych i wniosków. Nie chcemy tworzyć kolejnych wersji materiałów, które już istnieją. Jeśli treści mają wspierać widoczność organiczną, potrzebne będzie praktyczne rozumienie SEO w zakresie pracy z contentem. Jeśli będziesz samodzielnie publikować materiały, przydatne będzie doświadczenie z CMS.

Co będzie dodatkowym atutem?

W zależności od zakresu stanowiska dodatkowym atutem może być doświadczenie w:

- content marketingu B2B lub B2C,
- tworzeniu treści eksperckich,

- przygotowywaniu case studies,
- newsletterach i e-mail marketingu,
- stronach ofertowych i landing pages,
- materiałach wspierających sprzedaż,
- ponownym wykorzystywaniu istniejących treści,
- przygotowywaniu scenariuszy,
- pracy z treściami w języku angielskim,
- świadomym wykorzystywaniu generatywnej AI.

W przypadku AI liczy się przede wszystkim sposób pracy. Ważne są kontrola źródeł, weryfikacja faktów i odpowiedzialność za finalną treść.

Co pokaż nam w portfolio?

Do aplikacji dołącz **3-5 materiałów**, które najlepiej pokazują Twój sposób pracy. Mogą to być artykuły, case studies, strony ofertowe, newslettery lub inne formaty związane z Twoim doświadczeniem. Nie zależy nam na jak największej liczbie linków. Podczas rozmowy wybierzemy kilka projektów i porozmawiamy o tym, jak powstały. Zapytamy m.in. o cel materiału, Twój zakres odpowiedzialności, research, współpracę z innymi osobami oraz dalsze wykorzystanie treści.

Jak wygląda proces rekrutacji?

1. Aplikacja i portfolio

Zapoznajemy się z Twoim doświadczeniem i wybranymi materiałami.

2. Rozmowa o dotychczasowych projektach

Wracamy do konkretnych przykładów. Chcemy poznać Twój sposób pracy i zakres odpowiedzialności.

3. Krótkie zadanie sytuacyjne

Otrzymasz niepełny brief i poprosimy Cię o zaproponowanie sposobu działania. Zadanie nie wymaga przygotowania pełnego artykułu ani materiału, który później wykorzystamy komercyjnie.

4. Rozmowa z Hiring Managerem

Omawiamy zadanie, sposób współpracy i dokładny zakres stanowiska. To również czas na Twoje pytania.

5. Decyzja i informacja zwrotna

Po zakończeniu procesu przekazujemy wynik rekrutacji.

Co oferujemy?

Wynagrodzenie: [widełki]

Forma współpracy: [umowa o pracę / B2B / inna]

Model pracy: [stacjonarny / hybrydowy / zdalny]

Lokalizacja: [miejsce]

Wymiar pracy: [pełny etat / inny]

Do tego oferujemy [benefity], [budżet szkoleniowy] oraz narzędzia potrzebne do pracy. Zapewniamy również dostęp do ekspertów i informacji potrzebnych do przygotowywania materiałów.