

MASTER-PROMPT


DLA SKUTECZNEGO SEO

Dziękuję, że pobrałeś ten e-book - stworzyłem go jako rozwinięcie mojego wystąpienia i jako praktyczne narzędzie dla tych, którzy chcą połączyć strategię, dane i sztuczną inteligencję w codziennej pracy nad widocznością marki.

Znajdziesz tu **uniwersalny szablon**, który pomoże Ci generować skuteczne treści, analizować słowa kluczowe i optymalizować działania.

Traktuj go jak mapę – nie gotowy przepis. Dzięki niej **samodzielnie zbudujesz SEO**, które działa w realiach 2025 roku: szybciej, precyzyjniej, taniej i mądrzej, z pomocą AI.

 sixteractive.com

 +48 516 256 609

 info@sixteractive.com

UZUPEŁNIJ SWOJE DANE ZDEFINIUJ FUNDAMENTY SEO

Zanim zaczniesz optymalizację lub generowanie treści z AI, musisz wiedzieć, dlaczego to robisz i kim jesteś w sieci. To punkt startowy każdej skutecznej strategii SEO – bez tego Google i AI nie będą w stanie właściwie odczytać Twojej marki.

1. OKREŚL 3–4 KONKRETNE CELE SEO I BIZNESOWE

Pamiętaj: nie pisz ogólników, a mierzalne efekty


Przykłady:

- *zwiększenie ruchu organicznego o 15 % w ciągu 6 miesięcy,*
- *pozyskanie X nowych zapytań z Google miesięcznie,*
- *zbudowanie wizerunku eksperta w [Twoja branża],*
- *edukacja rynku na temat [Twoje rozwiązanie lub technologia].*

Dlaczego to jest ważne?

AI może analizować dane i pomagać w planowaniu treści dopiero wtedy, gdy wiesz, co chcesz osiągnąć.

 sixteractive.com

 +48 516 256 609

 info@sixteractive.com

2. OPISZ SWOJĄ FIRME

Pamiętaj: zrób to tak, jakbyś przedstawiał/a ją potencjalnemu klientowi lub partnerowi

Uzupełnij informacje:

- Nazwa firmy: [pełna nazwa],
- Siedziba / obszar działania: [np. Rybnik, działamy w całej Polsce],
- Adres strony www: [domena-twojej-strony.pl],
- Profil firmy (3–4 zdania): czym się zajmujesz, dla kogo, od jak dawna, co Cię wyróżnia.


Przykład:

„Jesteśmy firmą z 20-letnim doświadczeniem w branży produkcyjnej. Dostarczamy rozwiązania automatyzujące procesy w firmach B2B, łącząc technologię z praktycznym doradztwem. Naszym celem jest przyspieszanie rozwoju klientów przy zachowaniu stabilności i bezpieczeństwa ich procesów.”

Wskazówka:

Ten opis możesz wykorzystać w sekcji „O nas”, profilu Google Business Profile i na LinkedIn – spójność to sygnał zaufania dla algorytmów.

 sixteractive.com

 +48 516 256 609

 info@sixteractive.com

2. USTAL KLUCZOWE WYRÓŻNIKI

Wymień 3–5 faktów, które najlepiej pokazują, dlaczego klienci wybierają właśnie Ciebie. Nie używaj ogólników – konkrety są ważniejsze dla użytkowników i dla Google.


Przykłady:

- *20 lat doświadczenia i setki wdrożeń w branży B2B,*
- *połączenie produkcji z dystrybucją i doradztwem technicznym,*
- *certyfikowany serwis czynny 24/7,*
- *własne centrum szkoleniowe dla klientów,*
- *technologie autorskie z obsługą AI.*

Dlaczego to jest ważne?

Google ocenia marki również pod kątem autorytetu i wiarygodności “E-E-A-T” (doświadczenie, ekspertyza, autorytet, zaufanie).

 sixteractive.com

 +48 516 256 609

 info@sixteractive.com

OKREŚL IDENTYFIKACJĘ WIZUALNĄ

Spójność wizualna marki wspiera wiarygodność, a dla Google i użytkownika oznacza, że trafili we właściwe miejsce. Dobrze opisany system identyfikacji pozwoli też AI generować treści zgodne z Twoim stylem.

1. LOGOTYP

Zgromadź wszystkie wersje logotypu (wektor, PNG, JPG) w jednym folderze — np. w chmurze (Google Drive, Dropbox). Zadbaj, by zawsze używać tej samej wersji w sieci.


2. KOLORYSTYKA

Wypisz kolory firmowe z kodami HEX – dzięki temu Twoje materiały będą spójne w każdym kanale.

Przykład:

- Kolor główny (tekst): #00090F
- Kolor nagłówków: #072155
- Kolor CTA (przycisków): #123FB0
- Kolor akcentowy/promocyjny: #FF2A43

 sixteractive.com

 +48 516 256 609

 info@sixteractive.com

3. TYPOGRAFIA

Zdefiniuj czcionki, których używasz w komunikacji — zarówno online, jak i w grafikach.

Przykład:

- Nagłówki: *Lexend*
- Tekst główny: *Josefin Sans*

4. ZASOBY GRAFICZNE


Zorganizuj główny folder z materiałami wizualnymi:

- zdjęcia firmowe,
- ikony i bannery,
- tła,
- grafiki produktowe,
- księga znaku.

Pamiętaj

Dzięki temu AI (np. ChatGPT, Canva AI, czy narzędzia do contentu) może generować treści zgodne z Twoim stylem wizualnym.

 sixteractive.com

 +48 516 256 609

 info@sixteractive.com

SPRECYZUJ GRUPĘ DOCELOWĄ

Google lepiej pozycjonuje strony, które jasno wskazują, dla kogo powstały.

Al też potrzebuje tego kontekstu, by tworzyć trafne treści.

1. GŁÓWNI ODBIORCY

Wypisz stanowiska, role lub typy osób, które są Twoimi klientami.

Przykłady:

- *właściciele firm produkcyjnych,*
- *kierownicy utrzymania ruchu,*
- *inżynierowie procesu,*
- *dyrektorzy marketingu w B2B.*


2. BRANŻE I SEKTORY

Określ branże, w których Twoja oferta ma największe znaczenie.

Przykłady:

- *przemysł spożywczy,*
- *motoryzacja,*
- *logistyka,*
- *e-commerce,*
- *technologie IT.*

 sixteractive.com

 +48 516 256 609

 info@sixteractive.com

3. PROBLEMY I POTRZEBY KLIENTÓW

Zastanów się, z jakimi wyzwaniami mierzy się Twój klient — i jak Twoje rozwiązanie je rozwiązuje.


Przykłady:

- *Problem: wysokie koszty utrzymania maszyn → Rozwiązanie: automatyzacja diagnostyki.*
- *Problem: brak widoczności w Google → Rozwiązanie: strategia contentowa wspierana AI.*

Pamiętaj

Im precyzyjniej określisz odbiorców, tym skuteczniejsze będą Twoje treści, reklamy i wyniki SEO.

 sixteractive.com

 +48 516 256 609

 info@sixteractive.com

ZDEFINIUJ STYL I TON KOMUNIKACJI

Twój ton to osobowość marki. Google ocenia, czy treści są zrozumiałe, wiarygodne i spójne, a AI musi wiedzieć, jak ma mówić w Twoim imieniu.

1. STYL KOMUNIKACJI

Wybierz 3–4 przymiotniki, które najlepiej oddają styl Twojej marki.

Przykłady:

- *ekspercki i konkretny,*
- *partnerski i zorientowany na rozwiązania,*
- *nowoczesny, ale z klasą,*
- *prosty, ale profesjonalny.*

2. ZASADY KOMUNIKACJI

Określ, co robisz i czego unikasz:

Przykłady:


Robimy:

- *mówimy językiem korzyści,*
- *tłumaczymy trudne pojęcia,*
- *pokazujemy fakty i dane.*

Unikamy:

- *pustych frazesów („najlepszy na rynku”),*
- *clickbaitów,*
- *zbyt technicznego języka.*

 sixteractive.com

 +48 516 256 609

 info@sixteractive.com

3. CTA – WEZWANIA DO DZIAŁANIA

Przygotuj gotową listę wezwań, których AI i Ty możecie używać w treściach.


Przykłady:

- „Sprawdź, jak działa”,
- „Zobacz nasz case study”,
- „Dowiedz się więcej”,
- „Zamów analizę SEO”.

Pamiętaj

Spójny ton komunikacji to silny sygnał zaufania — zarówno dla użytkowników, jak i dla algorytmów.

 sixteractive.com

 +48 516 256 609

 info@sixteractive.com

PRZYGOTUJ MODUŁY TREŚCI

Tworzenie treści z AI to praca na modułach – powtarzalnych, elastycznych elementach, które możesz wykorzystać w różnych kanałach. To właśnie one pozwalają skalować SEO i marketing bez utraty jakości.

1. MODUŁ GŁÓWNY (TEMAT PRZEWODNI)

Cel: przyciągnięcie uwagi.

Zawartość: tytuł, grafika, krótki wstęp (2–3 zdania korzyści) + wyraźne CTA.

Zastosowanie: główny baner na stronie, newsletter, wpis na LinkedIn.

2. MODUŁ PRODUKTOWY

Cel: pokazanie konkretnego produktu lub usługi.

Zawartość: zdjęcie, krótki opis, kluczowa korzyść, link.

Zastosowanie: opisy produktów, posty sponsorowane, oferty.


3. MODUŁ EDUKACYJNY

Cel: budowanie wiarygodności i ruchu z wyszukiwarki.

Zawartość: praktyczna wskazówka + link do pełnego artykułu lub wideo.

Zastosowanie: blog, newsletter, poradniki SEO.

 sixteractive.com

 +48 516 256 609

 info@sixteractive.com

4. MODUŁ WIZERUNKOWY

Cel: budowanie zaufania.

Zawartość: krótki opis problemu klienta i rozwiązania + efekt (liczby, dane).

Zastosowanie: zakładka „Realizacje”, LinkedIn, prezentacje.

5. MODUŁ INFORMACYJNY


Cel: aktualizowanie odbiorców i Google o tym, że marka jest aktywna.

Zawartość: nowości, targi, nagrody, aktualizacje oferty.

Pamiętaj

AI może pomóc Ci przygotować każdy z tych modułów – ale ich koncepcję musisz mieć Ty. To Twój język, Twoje dane, Twoja strategia.

 sixteractive.com

 +48 516 256 609

 info@sixteractive.com

WYPISZ GŁÓWNE TEMATY I PRODUKTY DO KOMUNIKACJI

Twoje treści SEO powinny skupiać się na stałych, kluczowych obszarach – tzw. „filarach tematycznych”.

To one budują widoczność i spójność przekazu w dłuższej perspektywie.

1. KATEGORIE PRODUKTOWE / USŁUGOWE

Wypisz główne obszary, które chcesz pozycjonować:

Przykłady:

- *automatyka przemysłowa,*
- *doradztwo techniczne,*
- *serwis i wsparcie,*
- *szkolenia branżowe.*


2. FILARY TEMATYCZNE TREŚCI

Określ, wokół jakich zagadnień będziesz tworzyć content.

Przykłady:

- *Wokół produktu: poradniki, testy, porównania.*
- *Wokół problemu: „Jak rozwiązać [konkretny problem]”.*
- *Wokół branży: trendy, raporty, wywiady z ekspertami.*
- *Wokół klienta: studia przypadków, opinie, wdrożenia.*

 sixteractive.com

 +48 516 256 609

 info@sixteractive.com

3. POMYSŁY NA TREŚCI WSPIERANE AI


Poproś AI na przykład w ten sposób:

„Wygeneruj listę 10 tematów blogowych dla firmy z branży [Twoja branża], które odpowiadają na najczęstsze pytania klientów.”

Pamiętaj

AI podpowie kierunki, ale selekcję i doprecyzowanie musisz zrobić Ty – to Twoje know-how decyduje o skuteczności.

 sixteractive.com

 +48 516 256 609

 info@sixteractive.com

DODAJ INFORMACJE PRAWNE I FIRMOWE

SEO i komunikacja muszą być zgodne z prawem i zasadami transparentności. To nie tylko formalność – to część budowania zaufania (Trust w E-E-A-T).

1. DANE FIRMY

Upewnij się, że w każdej komunikacji pojawiają się aktualne informacje:

- pełna nazwa firmy,
- adres siedziby,
- NIP / KRS,
- dane kontaktowe.

2. ZASADY RODO I SUBSKRYPCJI


Jeśli wysyłasz newslettery lub oferty, pamiętaj:

- dodaj link do rezygnacji z subskrypcji,
- poinformuj, kto administruje danymi,
- zamieść politykę prywatności na stronie.

Pamiętaj

Google premiuje strony przejrzyste, z jasną strukturą prawną i kontaktową.

 sixteractive.com

 +48 516 256 609

 info@sixteractive.com

GRATULACJE!

MASZ GOTOWY WSAD DO PROMPTA

JAK UŻYWAĆ GO Z AI?

To proste. Kiedy zlecasz zadanie modelowi językowemu, zacznij od dostarczenia mu kontekstu.

Przykład prompta:

"Cześć, przygotuj dla mnie kampanię e-mailową. Działaj jako ekspert marketingu B2B. Poniżej znajdziesz kompletny zbiór danych o mojej marce – wykorzystaj go, aby treść była idealnie dopasowana.


[W tym miejscu wklejasz cały dokument, który właśnie przygotowałeś]

A teraz zadanie: Na podstawie powyższych danych, stwórz newsletter, którego głównym celem jest promocja naszego nowego produktu z kategorii [nazwa kategorii]. Wykorzystaj Moduł Główny, aby zaprezentować nowość, a następnie dodaj Moduł Produktowy z dwoma powiązаныmi produktami. Zakończ Modułem Edukacyjnym, który podpowie, jak unikać częstego problemu, który ten produkt rozwiązuje. Zachowaj nasz ekspercki i partnerski ton komunikacji. Grupa docelowa to dział utrzymywania ruchu w przemyśle maszynowym."

Pamiętaj

Dzięki takiemu podejściu, zamiast serii niedokładnych prób, otrzymasz precyzyjną, spójną i skuteczną treść już za pierwszym razem.

 sixteractive.com

 +48 516 256 609

 info@sixteractive.com

SIXTERACTIVE

D I G I T A L H O U S E

*Budujemy atuty
w skalowaniu sprzedaży online*



+48 516 256 609



info@sixteractive.com




Podmiejska 95
44-207 Rybnik



sixteractive.com

 sixteractive.com

 +48 516 256 609

 info@sixteractive.com