**Artykuły poradnikowe w branży beauty - czyli jak treści pomagają zdobyć klientów**

**Dobry artykuł, podany w lekkiej formie i jednocześnie zawierający wartościowe informacje, jest niczym wędka zarzucona na potencjalnego klienta. Porady, wskazówki, porównania w formie zestawienia to coś, co lubimy i co świetnie sprawdzi się zwłaszcza w branży beauty.**

Sektor związany ze zdrowiem i urodą rozkwita i czerpie garściami z różnych możliwości promocyjnych, w tym tekstów poradnikowych. Jak napisać artykuły poradnikowe w branży beauty i zaskarbić sobie przychylność klientów?

**Content marketing sposobem na konkurencję**

Jeśli ktoś ma wątpliwości, czy tworzenie ciekawego contentu w przypadku branży beauty ma sens i czy warto w niego inwestować, powinien zapoznać się z raportem “*Handel detaliczny artykułami kosmetycznymi w Polsce 2019. Analiza rynku i prognozy rozwoju na lata 2019-2024”.* Według zawartych w nim informacji **w latach 2019-2024 rynek artykułów kosmetycznych wzrośnie o 19%**. Co to oznacza? Między innymi rosnącą liczbę podmiotów zajmujących się sprzedażą kosmetyków, co wiąże się z koniecznością stawienia czoła nowej i równie silnej konkurencji.

Kartą przetargową w walce o uwagę klientów będą nie tylko jakość produktów, ich cena oraz łatwość w poruszaniu się w sklepach internetowych, ale także treści, z jakich klient będzie mógł skorzystać i tym samym kupić to, czego naprawdę potrzebuje. Przechodząc na strony internetowe sklepów z kosmetykami mamy przed oczami podobne obrazy - nazwy produktów, migające promocje, ceny. Wiele sklepów proponuje klientom podobne ceny i wysyłkę towaru w zbliżonych terminach. Jak zatem wyróżnić swój sklep pośród pozostałych? Odpowiedzią na to pytanie mogą być artykuły poradnikowe.

**Branża beauty radzi - teksty poradnikowe o zdrowiu i urodzie**

W przypadku branży beauty punktem wyjścia jest zbudowanie wizerunku eksperta, któremu można zaufać. Żeby osiągnąć ten cel warto postawić właśnie na artykuły poradnikowe. Klienci szukający pomadki, kremu, dopasowanego do swoich potrzeb zabiegu kosmetycznego czy usługi medycznej chętnie skorzystają z tekstu, który dokładnie wyjaśni, czego mogą spodziewać się po swoim wyborze, szczególnie, jeśli chodzi o nowości pojawiające się na rynku. **Artykuły poradnikowe w branży beauty** są dobrym narzędziem ułatwiającym budowanie trwałych relacji z klientami.

Co więcej, teksty zamieszczane na blogu firmowym czy w zakładce z poradami mogą być cennym wsparciem w pozycjonowaniu firmy w wyszukiwarce Google. Zastanówmy się, jakie frazy wpisują potencjalni klienci, kiedy szukają kremu do twarzy niwelującego zmarszczki i pierwsze oznaki starzenia. Postarajmy się pisać artykuły poradnikowe, które już poprzez tytuły będą informować o tym, że zawierają odpowiedzi na konkretne pytania. “Najlepsze serum dla cery mieszanej - zestawienie”, “Jak pozbyć się trądziku na twarzy” czy “Odżywka dla włosów kręconych - jaka najlepsza?” to przykłady tytułów, które zaprowadzą klienta do naszego bloga i tym samym na stronę prowadzonego sklepu online.

Porady w formie lekkich branżowych artykułów pokażą klientom, że fi[r](https://www.conture.pl/jak-dobrac-content-do-grupy-odbiorcow/)ma jest profesjonalna i wie, co robi. To bardzo ważne, ponieważ oczekiwania względem jej autentyczności są wysokie. Co do sposobu przekazu czy doboru słów, przed podjęciem decyzji o tym co i jak będziemy pisać, dobrze jest zastanowić się, **kto jest naszym potencjalnym klientem i odbiorcą tekstu**.

Trzeba odpowiedzieć na pytanie skąd pochodzi, jaki jest jego wiek i zasób portfela. Jeśli są nimi młode osoby, a my sprzedajemy kosmetyki kolorowe, postawmy na lekkie i krótkie treści. Jak dobrać content do grupy docelowej? Zadanie z pozoru wydaje się łatwe, jednak warto poświęcić na nie trochę więcej czasu i zastanowić się, kto rzeczywiście odwiedza naszą stronę czy sklep online i dokonuje na niej zakupów. W przypadku, kiedy w ofercie znajdują się urządzenia wykorzystywane w gabinetach medycyny estetycznej, skupmy się na merytorycznych poradach, które ułatwią wybór odpowiedniego sprzętu do swojego gabinetu. Z kolei jeśli odbiorcami są młode pokolenia szukające lekkich i krótkich porad, w tekście postawmy na wypunktowania i zwięzłe informacje.

**Artykuły poradnikowe w branży beauty - gdzie i jak publikować?**

Tutaj możliwości są dwie, a każda z nich przyniesie dużo dobrego w kontekście budowania pozytywnego wizerunku firmy i pozycji na rynku. **Treści poradnikowe można publikować na prowadzonym przez firmę blogu lub zdecydować się na nawiązanie współpracy z prasą i mediami branżowymi.** Jeśli pomimo posiadanego doświadczenia i specjalistycznej wiedzy nie czujemy się na siłach, żeby stworzyć artykuł poradnikowy, czy też nie jesteśmy pewni, jak dobrać słowa do grupy docelowej, warto skorzystać ze wsparcia zewnętrznej agencji. Działania wizerunkowe są kluczowe w kontekście całej strategii, dlatego artykuły poradnikowe powinny być poprawne stylistycznie, zawierać słowa kluczowe i chwytliwe hasła zachęcające do zakupu.

źródła:

[https://biznes.newseria.pl/biuro-prasowe/gospodarka/rynek-artykulow,b550742123](https://biznes.newseria.pl/biuro-prasowe/gospodarka/rynek-artykulow%2Cb550742123)