

Pakiet promptów AI dla marketingu — 4 gotowce + bonus

Do skopiowania, wklejenia i użycia od dziś (ChatGPT, Claude, Gemini)

Każdy prompt zbudowany jest jak profesjonalny skill: rola + wsad + kroki (framework) + twardy format wyjścia + ograniczenia + checklista jakości, którą model sam odhacza przed pokazaniem wyniku. W miejsca [W NAWIASACH] wklejasz swoje dane.

Prompt 1 — Analiza konkurencji

Kiedy użyć: raz w tygodniu/miesiącu, żeby zobaczyć, na czym gra konkurencja i gdzie jest miejsce dla Ciebie.

Co wklejasz: 2-3 ostatnie newslettery konkurenta, tekst z ich strony lub oferty, opisy ich reklam.

Działasz jako wymagający analityk konkurencji w e-commerce. Nie zgadzaj się na powierzchowną analizę.

Oto materiały marketingowe konkurenta:
 [WKLEJ newslettery / tekst strony / opisy reklam]

FRAMEWORK (przejdź po kolei):

Krok 1: Co promują i jakiej obietnicy używają.

Krok 2: Główny argument (cena, jakość, czas, status, bezpieczeństwo).

Krok 3: Do jakiego klienta mówią i jakim językiem.

Krok 4: Audyt — sprawdź, czy nie pominąłeś żadnego wątku z materiałów.

FORMAT WYJŚCIA (ściśle):

- Tabela z kolumnami: Co promują | Główny argument | Do kogo mówią
- Sekcja „3 luki do wykorzystania” — do każdej luki jedna akcja na nasz tydzień
- Maksymalnie 1 strona; bez wstępu i podsumowania

OGRANICZENIA: po polsku, konkretnie. Wyłącznie na podstawie materiałów — nie zgaduj i nie dopisuj danych, których tam nie ma.

CHECKLISTA JAKOŚCI (odhacz przed pokazaniem):

- każda kolumna tabeli wypełniona dla każdego rywala
- każda z 3 luk ma przypisaną jedną konkretną akcję
- każdy argument poparty tym, co realnie jest w materiałach
- zero domysłów spoza wsadu

Prompt 2 — Raport z surowych liczb

Kiedy użyć: co tydzień/miesiąc, zamiast ręcznie sklejać dane z paneli.

Co wklejasz: liczby z kampanii z dwóch okresów (wydatek, kliknięcia, konwersje, koszt konwersji).

Działasz jako analityk kampanii. Cel: raport, który prowadzi do decyzji, nie sam opis liczb.

Dane z dwóch okresów:

[WKLEJ liczby za ten i poprzedni okres]

FRAMEWORK (praca etapami):

Krok 1: Co się zmieniło (z liczbami i kierunkiem).

Krok 2: Robocza wersja wniosków.

Krok 3: Audyt – czy każdy wniosek wynika wprost z liczb? Popraw domysły.

Krok 4: Finalny raport.

FORMAT WYJŚCIA (ściśle):

1. Co się zmieniło – 2-3 zdania z konkretnymi liczbami
2. Trzy wnioski – każdy jednym zdaniem, dlaczego mogło się tak stać
3. Trzy rekomendacje – każda jako jedna konkretna akcja na następny okres

OGRANICZENIA: nie ozdabiaj. Jeśli czegoś nie da się ocenić z danych, napisz wprost, czego brakuje. Nie wymyślaj liczb ani przyczyn.

CHECKLISTA JAKOŚCI (odhacz przed pokazaniem):

- każda zmiana podana z liczbą i kierunkiem (wzrost/spadek)
- każdy wniosek wynika z danych, nie z domysłu
- każda rekomendacja to jedna wykonalna akcja
- braki w danych nazwane wprost

Wariant dla klienta: dopisz „Następnie przepisz raport językiem zrozumiałym dla klienta bez wiedzy technicznej”.

Prompt 3 — Jeden tekst w wielu formatach

Kiedy użyć: gdy masz jeden dobry materiał (artykuł, nagranie) i chcesz z niego serię treści.

Co wklejasz: treść artykułu, wpisu lub transkrypcję nagrania.

Działasz jako redaktor treści, który pisze konkretnie i unika sloganów.

Materiał źródłowy:

[WKLEJ artykuł / transkrypcję]

FRAMEWORK:

Krok 1: Wypisz 5 głównych myśli z materiału.

Krok 2: Na ich podstawie napisz treści (format niżej).

Krok 3: Audyt – usuń wszystko, czego nie ma w źródle.

FORMAT WYJŚCIA (ściśle):

1. Trzy posty na LinkedIn – każdy 4-6 zdań, jeden konkret na post, ton rzeczowy
2. Pięć nagłówków – każdy do 70 znaków, każdy inny
3. Jeden post na Instagram/Facebook – 3-4 zdania

OGRANICZENIA: nie dodawaj liczb ani twierdzeń spoza materiału. Bez emoji, chyba że proszę inaczej.

TECHNIKA (opcjonalnie): dopisz „Pisz w stylu tych przykładów: [wklej 1-2 swoje wcześniejsze posty]”, żeby brzmiało jak Ty.

CHECKLISTA JAKOŚCI (odhacz przed pokazaniem):

- każdy element trzyma się faktów ze źródła
- jeden konkret na post (bez wrzucania wszystkiego naraz)
- pięć nagłówków różnych od siebie, każdy do 70 znaków
- zero sloganów i pustych ozdobników

Prompt 4 — Głos klienta zamieniony w gotową reklamę

Kiedy użyć: przed pisaniem reklam — żeby mówić językiem klienta, nie firmy.

Co wklejasz: kilkanaście-kilkadziesiąt opinii o produkcie (Allegro, Google, sklep) albo maile od klientów.

Działasz jako copywriter reklam, który pisze z języka klienta, nie z domysłów.

Oto prawdziwe opinie o moim produkcie:

[WKLEJ opinie] – a mój produkt to: [krótko opisz, cenę, dla kogo, nazwa marki]

FRAMEWORK:

Krok 1: Wypisz trzy pragnienia i trzy obawy klientów – ich słowami.

Krok 2: Wybierz pięć mocnych, dokładnych cytatów (zacytuj wiernie).

Krok 3: Napisz reklamę na Facebooka/Instagram: hak (1-2 zdania) + rozwinięcie (3-4 zdania) + wezwanie do działania.

Krok 4: Napisz reklamę Google Ads (RSA) wg reguł poniżej.

Krok 5: Sprawdź wynik według checklisty, popraw i pokaż.

FORMAT GOOGLE ADS (RSA) – LIMITY ŚCISŁE:

- 3 nagłówki, każdy do 30 znaków:

H1 = główny hak (najmocniejsza korzyść lub nazwa marki)

H2 = wyróżnik (czym różnisz się od konkurencji)

H3 = wezwanie do działania lub dowód („Sprawdź opinie”, „Darmowa dostawa”)

- 3 teksty, każdy do 90 znaków:

D1 = rozwinięcie głównej korzyści

D2 = 2-3 cechy powiązane z korzyścią

D3 = wezwanie do działania + element zaufania

FRAMEWORK COPY (użyj jednego): PAS (problem → wzmocnienie → rozwiązanie),

BAB (jest → będzie → produkt jako most) albo 4U (pilne, unikalne, konkretne, użyteczne – trafić w co najmniej 2).

OGRANICZENIA: żadnych obietnic bez pokrycia. Trzymaj się języka z opinii – nie zmyślaj i nie „poprawiaj” słów klientów. Nie wymyślaj cech produktu.

CHECKLISTA JAKOŚCI (odhacz przed pokazaniem):

- żaden nagłówek nie przekracza 30 znaków
- żaden tekst nie przekracza 90 znaków
- nazwa marki w co najmniej jednym nagłówku
- każdy nagłówek inny (bez powtórzeń)
- co najmniej jedno wezwanie do działania
- reklama używa prawdziwych słów klientów i rozbraja jedną obawę

Prompt 5 — BONUS: Szybki audyt strony lub oferty

Kiedy użyć: gdy ruch jest, a sprzedaży mało, albo przed większą kampanią.

Co wklejasz: treść strony głównej, strony produktu lub opis oferty.

Działasz jako wymagający audytor marketingu. Bądź szczery, nie łagodź ocen.

Oto moja strona/oferta:

[WKLEJ treść strony lub opis oferty, cenę, co zawiera]

FRAMEWORK (test 5 sekund → ocena → poprawki → plan):

Krok 1: Udawaj, że widzisz to pierwszy raz. W 5 sekund – czy widać: dla kogo to jest, jaki problem rozwiązuje i dlaczego akurat ja?

Krok 2: Oceń ofertę 1-10 za: jasność, wartość, wyróżnienie, łatwość zakupu.

Krok 3: Wskaż trzy miejsca, w których klient traci uwagę lub zaufanie.

Krok 4: Ułóż plan poprawek na 30 dni.

FORMAT WYJŚCIA (ściśle):

- Werdykt z testu 5 sekund (2-3 zdania)
- Tabela ocen 1-10 (Jasność | Wartość | Wyróżnienie | Łatwość zakupu)
- Trzy słabości, do każdej: poprawa + PRZYKŁADOWA nowa wersja tekstu
- Plan 30 dni: od najłatwiejszej poprawy do najważniejszej

OGRANICZENIA: konkretnie, po polsku. Zamiast ogólników („popraw nagłówek”) zawsze podaj gotową przykładową nową wersję.

CHECKLISTA JAKOŚCI (odhacz przed pokazaniem):

- każda z 4 ocen ma liczbę 1-10
- każda słabość ma poprawę i przykładową nową wersję tekstu
- plan ułożony od najłatwiejszego do najważniejszego
- zero ogólników bez gotowej propozycji

Chcesz więcej gotowych skilli?

Te prompty możesz rozbudować albo poszukać kolejnych w otwartych katalogach. Największy to skillsmp.com/search — ponad milion gotowych instrukcji w otwartym standardzie. Jedna uczciwa uwaga: to mapa z publicznych repozytoriów, nie sklep z gwarancją, więc każdy skill przejrzyj przed użyciem.

Jak używać pakietu: weź jeden prompt, wklej realne dane, dopracuj wynik jednym-dwoma zdaniami. Gdy działa — zapisz swoją wersję jako gotowiec zespołu. Sprawdzaj liczby i cytaty przed publikacją: AI świetnie porządkuje, ale finalną odpowiedzialność za fakty masz Ty. Prompty autorskie. Opracowanie: SignalLead — marketing sygnałów.