Zadanie 1: Określ, co chcesz, aby ludzie mówili o Twoim blogu

„Marka to to, co ludzie mówią o tobie, gdy nie ma Cię w pokoju.” - Jeff Bezos, założyciel Amazon

Ten cytat jest często wypowiadany przez blogerów, ale to nie tylko fajny pomysł, to naprawdę cenna podstawa do przemyślenia marek, które staramy się budować wokół naszych blogów. Marka Twojego bloga jest trwałym wrażeniem, jakie ludzie mają na swoim blogu. To są rzeczy, które ludzie odchodzą od myślenia na blogu - i, co ważniejsze, rozmawiają z innymi. Jako bloger rozważający Twoją markę, ważne jest, aby zadać sobie pytanie: Co chcesz, aby ludzie mówili o Twoim blogu? To pytanie zastanawiamy się dzisiaj.

Jest to szybkie ćwiczenie, ale zapewniające o wiele większą jasność na temat tego, co budujesz. Chwyć kartkę papieru, otwórz dokument tekstowy lub mapę myśli lub przejdź do tablicy. Na górze napisz:

„Co chcę, aby ludzie mówili o moim blogu?” Teraz poświęć 10–15 minut na burzę mózgów na odpowiedzi na to pytanie. Pracując nad odpowiedziami, zastanów się szeroko nad swoim blogiem. Co chcesz, żeby ludzie powiedzieli:

• twoja treść

• styl, w którym piszesz

• twój głos

• społeczność i interakcja na Twoim blogu

• twoja dostępność

• i tak dalej.

Być może innym sposobem na zadanie pytania jest:

„Jakich słów chcę używać, aby opisywać mojego bloga?”

Zwróć też uwagę na uczucia i emocje, które ludzie mają mieć, gdy są na swoim blogu - to duży aspekt budowania marki.

Czy chcesz, żeby ludzie czuli:

• sens przynależności

• zadowolony i szczęśliwy

• stymulowane intelektualnie

• że nie są sami

• poinformowany

• …albo coś innego?

Poświęć jeszcze kilka minut na zanotowanie odpowiedzi na to pytanie.

Kiedy ostatnio zrobiłem to ćwiczenie dla siebie, dało mi to dużo jasności na temat rodzajów marek, które próbuję zbudować. Jeśli regularnie blogujesz, bloga może być bardzo łatwo stracić z oczu szerszy obraz. Ćwiczenie to stanowi sprawdzian postępu - coś, co pomaga utrzymać prawidłową komunikację nie tylko na blogu, ale także w innych mediach i kanałach. Prosty czyn sprowadzenia tych spostrzeżeń na papier (lub tablicę) pomaga utrwalić je w pamięci. Następnie, jeśli chodzi o podejmowanie decyzji

dotyczących różnych elementów Twojego bloga - od produktów powiązanych do promowania, do kogo przeprowadzać wywiady na kolejne posty na blogu - możesz dokonywać wyborów zgodnych z Twoją marką.

WSKAZÓWKA: Nagraj! kiedy skończysz burzę mózgów, nie tylko zapomnisz o tym. Zapisuj pomysły, które wpadłeś na pomysł - zaznacz te strony w notatniku, zrób zdjęcie tablicy, wpisz cokolwiek zapisałeś na tej serwetce. ponieważ w ciągu kilku następnych dni zajmiemy się brandingiem, musisz ponownie zapoznać się z tymi informacjami. w przyszłości okaże się także cenny dla brandingu kontroli zdrowia

Zadanie2: Dowiedz się, co ludzie mówią o Twoim blogu

Wczoraj zrobiliśmy trochę ćwiczeń, aby zyskać jasność na temat brandingu naszych blogów. Chodziło o to, aby po prostu wymienić to, co czytelnicy myślą, mówią i czują na temat swojego bloga. Dzisiaj pomyślałem, że podzielę się kolejnym ćwiczeniem - innym, które od czasu do czasu używam na swoich blogach. Ideą wczorajszego ćwiczenia było naprawdę krystalizować w umyśle rodzaj marki, którą chcesz zbudować, a ćwiczenie to może pomóc w kształtowaniu sposobu, w jaki postępujesz jako bloger. Rzeczywistość jest jednak taka, że w wielu przypadkach to, czym chcesz, aby Twoja marka była i czym jest, jest zupełnie inna. Jaka jest rzeczywistość marki Twojego bloga? Jak dowiedzieć się, jak ludzie rzeczywiście widzą Twoją markę? Najprostszym sposobem na znalezienie odpowiedzi jest zapytanie ludzi – i właśnie to zrobimy dzisiaj.

Istnieje wiele sposobów, by zapytać czytelników, jak widzą markę Twojego bloga. Pozwól, że zasugeruję kilka:

• rozpocznij ankietę: jeśli Twój blog ma już regularnych czytelników, świetnym sposobem na uzyskanie ich wglądu jest utworzenie prostej ankiety za pomocą narzędzia takiego jak surveyMonkey i zaproszenie czytelników do jej wypełnienia. Zaprojektuj ankietę, abyś zorientował się, jak czytelnicy postrzegają Twoją markę i jak się z nią czują. Kształtuj swoje pytania, abyś mógł zorientować się, co jest związane z Twoją marką, którą kochają - i nienawidzić. Jeśli chcesz, dołącz pytania dotyczące takich elementów, jak logo, nazwa marki i slogan oraz inne elementy wizualne bloga. Ankiety mogą być szczególnie dobre, ponieważ oferują uczestnikom anonimowość i to może zwiększyć prawdopodobieństwo prawdziwych i surowych odpowiedzi. Po prostu bądź przygotowany na uczciwe i czasem konfrontacyjne odpowiedzi!

• zaufanym czytelnikom wysyłającym wiadomości e-mail: jeśli Twój blog jest mniejszy i nie masz wątpliwości co do otrzymywania wielu odpowiedzi w ankiecie, być może inną metodą byłoby wysłanie wiadomości e-mail do kilku zaufanych czytelników - tych, których znasz. Nawet kilka odpowiedzi od czytelników może dostarczyć cennych informacji. Jeśli używasz tej metody, pamiętaj o wyjaśnieniu co chcesz wiedzieć od swoich czytelników. Chociaż nie możesz zadawać pytań w sposób ustrukturyzowany jak w ankiecie, upewnij się, że czytelnicy, z którymi się kontaktujesz, wiedzą, jakich informacji od nich oczekujesz.

• prowadzić grupę fokusową: jeden bloger, który znam ostatnio, miał małą grupę fokusową z grupą lokalnych czytelników. Kazała im się spotkać w kawiarni i krzyczała na poranną herbatę w zamian za ich spostrzeżenia na temat tego, jak mogłaby ulepszyć swojego bloga. To dobry sposób na uzyskanie bardzo szczerych informacji zwrotnych od czytelników na poziomie. Pozwala także uzyskać wgląd w mimikę twarzy i ton głosu, których nigdy nie otrzymasz w e-mailu lub ankiecie. I jest dodatkowy bonus: bloger stwierdził, że interakcje twarzą w twarz były nie tylko świetne do uzyskiwania opinii, ale także do budowania relacji z kilkoma czytelnikami

• zapytaj przyjaciela: jeśli Twój blog jest naprawdę nowy lub nie znasz żadnego z czytelników, dlaczego nie poprosić przyjaciela z prawdziwego życia o przetestowanie swojego bloga? Poproś ich, aby usiedli na swoim blogu, przeczytali go przez 15 minut, a następnie podzielili się z nami swoją opinią na ten temat. Inną rzeczą, którą możesz zrobić w tej sytuacji, jest obserwowanie, jak twój przyjaciel surfuje na twoim blogu - nie przerywaj im, po prostu obserwuj, jak z nich korzystają. Jakie łącza nawigacyjne klikają? Jakie mają problemy z komentarzem? To może być pouczające doświadczenie. Jeśli chcesz, poproś tę osobę, aby powiedziała, co myśli, poruszając się po Twojej witrynie. Może to sprawić, że poczują się trochę dziwnie - a ponieważ są twoimi przyjaciółmi, możesz nie uzyskać całkowicie bezstronnego spojrzenia na sprawy - ale prawdopodobnie ujawni więcej niż kilka wyobrażeń o Twojej marce, o których nie wiedziałeś

WSKAZÓWKA: Zestawienie wyników badań niezależnie od tego, czy widziałeś, jak przyjaciel korzysta z Twojego bloga, czy otrzymałeś setki odpowiedzi w ankiecie, ważne jest, abyś dobrze zrozumiał swoje badania. Pamiętaj, aby w jakiś sposób prowadzić rejestr samych badań. możesz użyć magnetowidu do osobistych badań lub pobrać wyniki ankiety w arkuszu kalkulacyjnym. Przyjrzyj się mu dokładnie i spróbuj wyciągnąć wnioski na temat tego, co ci mówi. Następnie przechowuj go bezpiecznie, być może wraz z celami brandingu, które wymyśliłeś. Znowu będziemy wykorzystywać te informacje w najbliższych dniach.

Zadanie 3: Połącz swoje stare posty na blogu

Dzisiaj przedstawiam wam zadanie, które może jest nieco mniej zaangażowane niż niektóre z innych, które do tej pory wykonaliśmy. Chciałem dać ci zadanie, które pomogłoby ulepszyć twojego bloga, ale nauka i wdrożenie nie zajęłyby zbyt dużo czasu. To powiedziawszy, jest to zadanie, na które możesz z łatwością poświęcić dużo czasu, jeśli masz czas na rękach. Twoim zadaniem jest dziś spędzić dziesięć minut na łączeniu wcześniej napisanych postów w swoich archiwach.

Dlaczego łączenie postów jest skuteczne?

Są trzy główne powody, dla których regularnie poświęcam czas na przeglądanie starych postów na moim blogu i znajdowanie sposobów ich aktualizacji za pomocą linków do moich nowych postów na blogu.

1. Przydatność dla czytelników: Moją główną motywacją do łączenia ze sobą postów jest uczynienie mojego bloga bardziej użytecznym, zapewniając lepsze wrażenia dla moich czytelników bloga. Jeśli czytelnik przyjdzie na mojego bloga i znajdzie post nie tylko odpowiada na ich pytanie, ale także zapewnia dalszą lekturę i sugestie dotyczące odkrywania pokrewnych tematów, ale są bardziej prawdopodobne, że odejdą zadowoleni. Zadowolony czytelnik jest tym, do czego dążę - są bardziej skłonni do powrotu (wzajemne powiązanie pomaga uczynić twojego bloga lepszym) i powiedzieć swojej sieci o swoich doświadczeniach.

2. SEO: Wyszukiwarki przeglądają linki w blogu, aby znaleźć zawartość do indeksowania, ale także dowiedzieć się, jak indeksować i klasyfikować zawartość. Linki z innych blogów do Twojego bloga są najlepszym sposobem na uzyskanie wysokiej pozycji w Google, ale linki wewnętrzne również się liczą.

3. Zwiększenie liczby wyświetleń strony: Wstawienie linków do starych postów zwiększa prawdopodobieństwo, że użytkownik bloga obejrzy więcej niż jedną stronę bloga. Ma to kilka zalet. Po pierwsze, może pomóc zarobić więcej od tego użytkownika, jeśli wyświetlasz reklamy CPM (koszt wyświetlenia). Drugim powodem jest to, że zmuszając ich do przeglądania większej liczby stron Twojego bloga, wywierasz większe wrażenie na odwiedzającym. Uważam, że gdy ktoś przegląda więcej

niż jedną stronę na blogu, jest bardziej prawdopodobne, że ją zapamięta, zasubskrybuje, skomentuje i stanie się jej stałym i lojalnym czytelnikiem.

Podczas gdy te trzy korzyści wydają się dość małe, gdy pomyślisz o zaletach, jakie może przynieść pojedynczy link, jeśli zaczniesz budować wzajemne powiązanie postów w codziennym blogowaniu, łączny wpływ na Twojego bloga będzie znaczący.

Spędź kolejne 10 minut na łączenie postów na swoim blogu. Istnieje wiele metod, których możesz użyć; oto moje ulubione:

1. Linki w poście: Uważam, że jest to najbardziej naturalny sposób dodawania linków do starego postu. Wszystko, co wymaga, to utworzenie słowa kluczowego (lub słowa) w Twoim poście w link prowadzący do innego postu na temat słowa kluczowego.

2. Aktualizacje: Czasami posty w twoich archiwach stają się datowane i wymagają korekty. Istnieje wiele sposobów aktualizacji starego postu, ale najprostszym jest napisanie nowego postu na ten sam temat, a następnie pozostawienie linku we wcześniejszym poście do nowego. Na przykład jednym z popularnych postów na temat ProBlogger jest „Jak sprzedać swojego bloga w 2007 r." Chociaż ten post wciąż zawiera przydatne informacje na temat marketingu bloga, został napisany kilka lat temu. W związku z tym dodałem link u góry tego wpisu do strony Jak znaleźć czytelników na swoim blogu, która wskazuje użytkownikom różne zasoby na ten temat.

3. Dalsza lektura: Wiele blogów ma sekcję Dalsza lektura, która pojawia się na dole każdego postu. W większości przypadków jest to lista pokrewnych postów, która jest automatycznie generowana przez wtyczkę. Chociaż ta lista może czasem zapewnić czytelnikom odpowiednie wyniki, uważam, że dodanie ręcznie wybranych linków do dalszego czytania może zapewnić bardziej spójne czytanie. Możesz dodać te sugerowane linki zarówno na końcu postu, jak i w całym samym poście. Poświęć teraz trochę czasu, aby zacząć identyfikować stare posty, które są ze sobą powiązane i dodać kilka połączeń między nimi.

WSKAZÓWKA: Używaj trafnych słów kluczowych Podczas łączenia między postami zawsze staraj się, aby tekst linku zawierał słowa kluczowe odpowiednie dla artykułu, do którego prowadzisz. Pozwoli to zmaksymalizować korzyści płynące z SEO linku i pomoże Twojemu postowi zająć wyższą pozycję za te słowa w wyszukiwarkach

WSKAZÓWKA: Postaw linki jako zwykłe zadanie

Chociaż sugeruję, abyś poświęcił dziś trochę czasu na połączenie swoich starych postów, gorąco polecam, abyś to zbudował regularnie ćwicz swoje blogowanie. Spędzam 10 lub 15 minut tygodniowo na szukaniu okazji, aby to zrobić, ale także robię to w codziennej praktyce blogowania, pisząc nowe posty.

Pisząc nowy post, przygotuj się na myślenie o treści, którą już napisałeś i która dotyczy Twojego nowego postu. identyfikuj powiązane treści, zacznij łączyć swoje posty (możesz dodawać linki do nowego posta do starej treści i / lub dodawać linki do starych postów do nowej treści). jeśli zmusisz się do zrobienia tego, zauważysz, że staje się to bardziej naturalną częścią codziennego publikowania postów

Spróbuj włączyć to zadanie do swojego codziennego harmonogramu publikowania. Zajmowanie rytmu wymaga trochę dyscypliny, ale jak już wyjaśniłem, może to przynieść rzeczywiste korzyści. W przypadku blogerów z dużymi archiwami, którzy nie pamiętają każdego napisanego przez siebie posta, jednym ze sposobów na znalezienie poprzednich postów jest zainstalowanie wtyczki „powiązanych postów" na blogu. Ta lista często zawiera sugestie dotyczące starszych postów, które mogą być istotne dla linku do

Twojego postu. Jeśli masz dużo treści, które nigdy wcześniej nie były ze sobą powiązane, zacznij od najpopularniejszych postów. Spójrz na dane swojego bloga i zrób listę postów, które są najczęściej odwiedzane przez Google. Po utworzeniu listy przejrzyj każdy z tych postów, szukając innych postów na stronie twój blog, który porusza tematy podobne do twoich popularnych postów. Następnie polecam wypróbowanie tych pomysłów:

• Dodaj linki do swoich popularnych postów z tych postów, aby zwiększyć ich autorytet w wyszukiwarkach.

• Dodaj linki z tych popularnych postów do innych odpowiednich postów na swoim blogu o wysokiej jakości, aby pomóc w kierowaniu ruchem na swoim blogu.

Gdy to zrobisz, dlaczego nie promować nowego postu zawierającego linki do starszych treści w mediach społecznościowych? Miej oko na statystyki swojej witryny, aby przekonać się, jak skutecznie działa Twoje połączenie, aby wysłać ruch do starszych treści.

Zadanie 4: Upewnij się, że twoje posty są łatwe do znalezienia

Nie: Dzisiejsze zadanie nie polega na optymalizacji pod kątem wyszukiwarek! Chodzi o ułatwienie znalezienia postów na blogu. Wielu z was pomyśli: „To nie jest wielka sprawa - po prostu przyszli na moją stronę główną i są moje ostatnie posty. Zadanie wykonane!" Istnieje wiele sposobów na zwrócenie uwagi na przeszłe treści, a także na nowsze posty, w tym:

• architektura informacji

• etykiety nawigacyjne

• kategoryzacja treści

• tagi treści.

Wielu blogerów - szczególnie gdy dopiero zaczynają - stosuje dość przypadkowe podejście do tych elementów. Ale na dłuższą metę podważa to blogowanie. Co tydzień spędzasz cenny czas na tworzeniu świetnych treści. Spraw, aby był dostępny i dostępny, a z czasem zyskasz na wartości.

Aby naprawdę stworzyć solidną strukturę, w której można dopasować treść, musisz odejść od bloga! Zamiast skupiać się na swoich postach, weź kawałek papieru i długopis lub utwórz nowy dokument na twoim komputerze. Zanotuj kluczowe słowa i wyrażenia, których używają ludzie z Twojej publiczności, gdy rozmawiają, myślą lub szukają informacji w Twojej niszy. Nie utknij tutaj przy słowach kluczowych związanych z SEO. Najbardziej lojalni czytelnicy Twojego bloga politycznego mogą bardzo pokochać Twoje cotygodniowe posty podsumowujące „Stan narodu". Może to termin, którego używają w Twojej witrynie i poza nią, aby mówić o tej konkretnej treści. Jeśli tak, zapisz go wraz z innymi wymienionymi na liście. Następnie utwórz listę rodzajów publikowanych treści. Możesz mieć posty opisujące produkty, usługi lub narzędzia; posty zawierające wywiady lub profile; posty zawierające instrukcje krok po kroku i przewodniki; posty, które udzielają porad, informują o nowościach lub wyjaśniają opinie.

Zastanów się, który z tych typów treści jest ważny dla czytelników. Czytelnicy mogą nie przychodzić do Twojego bloga w poszukiwaniu postów z opiniami, ale mogą cenić szczegółowe przewodniki i wnikliwe opinie, które przygotowałeś. Daj pierwszeństwo każdemu z wymienionych typów treści z perspektywy czytelników. Ostateczny krok w tym procesie składa się z dwóch części:

1. Określ kategorie treści.

2. Określ tagi treści.

Nie używam tagów na moich blogach, ale możesz - szczególnie jeśli wyświetlasz chmurkę tagów określonych tematów na swoim blogu.

W każdym razie skup się przede wszystkim na kategoriach treści, ponieważ prawdopodobnie zostaną one odzwierciedlone w nawigacji bloga. Zidentyfikuj najbardziej logiczny sposób grupowania treści, biorąc pod uwagę informacje o zainteresowaniach użytkowników i preferencjach słów kluczowych. Jeśli to pomoże, pomyśl o swoich kategoriach jako o kleju między pragnieniami użytkownika a rozwiązaniami twojego bloga. Po wybraniu kategorii powinno być dość prostym zadaniem przekształcenie ich w etykiety nawigacyjne, które razem będą stanowić główną nawigację. Następnie, jeśli chcesz zapewnić dostęp do swoich postów w schemacie wtórnym, utwórz listę tagów, używając innych odpowiednich słów na liście. Odradzam, aby nie dać się zwieść tagom - trzymaj się kilku (może siedmiu), które dokładnie odzwierciedlają kluczowe zainteresowania Twoich użytkowników i Twojej marki. Na przykład pod koniec tego ćwiczenia możesz skończyć z główną nawigacją, która zawiera elementy:

• Dom

• Poradniki

• Narzędzia

• Aktualności

• Opinie

Twoje tagi mogą zawierać niektóre marki (Apple), słowa kluczowe związane z trendem (jailbreak) lub nazwy związane z produktem (iPad). Możesz też pójść w drugą stronę, umieszczając markę i nazwy produktów w centrum głównej nawigacji i wyświetlając typy treści w dodatkowej chmurze nawigacji lub tagu. Zobacz teraz, jak ściśle ta podstawowa nawigacja jest zgodna z systemem skonfigurowanym na blogu. Być może zdecydujesz się wprowadzić pewne zmiany i zobaczyć, jak wpływają one na twoją stronę i opinię w nadchodzących tygodniach.

Pamiętaj, że nawigacja jest jak mapa drogowa do Twojego bloga i Twojej marki. Podałem tutaj podstawowe wyjaśnienie typowego systemu nawigacji, ale wszystko działa - w zależności od Twojego bloga. W ProBlogger nie wyświetlam tagów treści, a moja główna nawigacja zawiera następujące kategorie:

•Dom

• Blog

• Forum

• skoroszyty

• Książka

• Oferty pracy

• Zarabiać pieniądze

• Archiwa

Na pierwszy rzut oka ta nawigacja - w połączeniu z silnym brandingiem ProBlogger - daje czytelnikom natychmiastową migawkę tego, co mogą znaleźć na moim blogu.

Zadanie 5: Poznaj SEO treści

Niezależnie od tego, czy to lubisz, czy nienawidzisz, podstawowe SEO nie jest tak trudne do wdrożenia w Twojej witrynie. Główne sieci blogów domyślnie oferują szereg narzędzi pomagających w optymalizacji treści. Dzisiejszym zadaniem jest poznanie tych funkcji i zrozumienie, w jaki sposób możesz ich użyć, aby podnieść pozycję w wynikach wyszukiwania.

Każda sieć blogów zapewnia różne funkcje związane z SEO, a jeśli używasz WordPress, istnieje wiele wtyczek, które możesz dodać, aby jeszcze bardziej zwiększyć tę funkcjonalność. Ale podana tu informacja jest niezależna od sieci. Otwórz przeglądarkę i przejdź do obszaru administracyjnego bloga. Kliknij link Nowy post. Jeśli wcześniej nie korzystałeś z funkcji SEO swojej sieci, znajdź stronę pomocy i otwórz ją w nowej karcie na wypadek, gdybyś musiał przeprowadzić wyszukiwanie. Teraz sprawdź, które z tych możliwości są zawarte w interfejsie blogowania:

•Kategorie

• Tagi

• Metatagi

• Meta słowa kluczowe

• Opisy meta

• Niestandardowe adresy URL

Którego z tych przedmiotów używasz? Czego nie jesteś pewien? Poświęć trochę czasu na zapoznanie się z dokumentacją pomocy sieci dotyczącą tych funkcji, których nie używasz - po prostu jak najlepiej je wykorzystać funkcjonalność jest niezbędna do blogowania SEO. Teraz w obszarze zawartości wpisu wybierz przycisk Wstaw link. Czy zawiera tytuł, a także ULR? Jeśli tak, możesz dodać słowa kluczowe do swoich linków. Jeśli nie, seomoz pokazuje, jak dodać tytuł do kodu HTML linku. Teraz kliknij przycisk obrazu lub przycisku multimediów w polu zawartości. Obrazy można również oznaczać słowami kluczowymi - jeśli nie używasz tekstu ALT obrazu, opisów i podpisów, powinieneś tak być. Upewnij się także, że nazwy flename twoich zdjęć są odpowiednio nazwane dla tematu twojego postu; zobacz ten codzienny post na blogu SEO, aby uzyskać szczegółowe informacje. Łatwo jest dodać tę treść do swojej zwykłej procedury blogowania, więc jeśli jeszcze tego nie robisz, wypróbuj ją w kilku kolejnych postach i zobacz, jak szybko się w nią wkręcasz. Już wkrótce podstawowe SEO blogów może stać się prawie łatwe.

Każdy, kto spędził jakikolwiek czas z SEO, wie, że ma to wiele do zaoferowania, a kiedy już go wciągniesz, może stać się czymś obsesyjnym. Istnieje jednak duża część blogerów, którzy nie są zainspirowani SEO, i prawdopodobnie jestem bliżej tego końca spektrum niż drugiego. Faktem jest, że SEO należy naprawdę uważać za niezbędny element budowania czytelnictwa i profle. Nie musisz tego kochać - ale jak pokazuje dzisiejsze zadanie, sieci blogów znacznie ułatwiły SEO treści. Nie trzeba długo zajmować się dostarczaniem niezbędnych szczegółów SEO dla publikowanych postów. I miej oko na swój organiczny ruch wyszukiwania w najbliższych tygodniach, aby zobaczyć wpływ swojej pracy.

Zadanie 6: Przejrzyj wezwania do działania

My, blogerzy, zawsze mówimy o technikach zwiększania czytelnictwa, angażowania odwiedzających, budowania lojalności i zarabiania na naszych blogach. Ważnym elementem w osiągnięciu każdego z

tych celów jest wezwanie do działania lub wezwanie do działania. Wezwanie do działania to słowo lub wyrażenie, które zachęca czytelnika

Zrób coś. Przynajmniej tak powinno być. Jednak wiele wezwań do działania kończy się niepowodzeniem w tym zadaniu lub nie jest tak skuteczne, jak mogłoby być.

Wszyscy słyszeliśmy o ślepocie reklam, ale zastanawiam się, czy w Internecie jest trochę ślepoty CTA. Jak myślisz, ile wezwań do działania zobaczyłbyś w normalnym dniu online? 300? 3000? Aby być skutecznym, nasze wezwania do działania muszą być naprawdę bardzo dobrze dopracowane, starannie przedstawione i - jeśli mają być bardziej skuteczne - świadomie monitorowany. Jakie są twoje wezwania do działania? Dzisiaj przyjrzymy się im bliżej.

Dzisiejsze zadanie wymaga zidentyfikowania, a następnie przejrzenia naszych wezwań do działania. Ale co stanowi wezwanie do działania na Twoim blogu?

Myślę, że obejmują one:

• klikalne przyciski

• skrzynki subskrypcyjne

• linki nawigacyjne (np. Linki następnej strony)

• przyciski mediów społecznościowych lub udostępnianie linków

• Linki do kanałów RSS

• prześlij znajomemu linki e-mailem

• zaproszenia czytelników do komentowania postów

• twój formularz kontaktowy.

To długa lista! Twój blog może mieć więcej wezwań do działania niż ten, ale trzymajmy się tych na razie. Gdy zaczniesz rozglądać się po swojej witrynie, zwracając uwagę na swoje wezwania do działania, zadaj sobie te pytania - i zanotuj swoje odpowiedzi. Czy CTA każdego rodzaju są konsekwentnie prezentowane? Czy każdy klikalny przycisk jest prezentowany w ten sam sposób, czy też niektóre projekty są inne? A co z tekstem przycisków - czy używasz tego samego wezwania do działania, takiego jak „Kliknij tutaj” konsekwentnie w przypadku ogólnych przycisków, czy może jakieś „Kliknij mnie”, „OK”, czy coś innego? Aby zmniejszyć ilość myślenia, którą muszą zrobić użytkownicy, możesz zdecydować się na standaryzację wezwań do działania określonego typu - na przykład, aby tekst ogólny przycisku brzmiał „OK”, a wszystkie przyciski wyglądały tak samo. Oczywiście to ogólne wezwanie do działania nie ma zastosowania we wszystkich przypadkach. Czasami potrzebujesz Kup lub Przyciski pobierania lub kontaktu. Ale może każdy z nich również wymaga standaryzacji?

Czy CTA są dobrze ustawione?

Należy postrzegać CTA, aby można było podjąć działania. Ale biorąc pod uwagę konkurencyjne priorytety projektowania stron blogów, możesz stwierdzić, że niektóre ważniejsze wezwania do działania zostały przesunięte poniżej części strony na niektórych stronach. Być może, gdy spojrzysz na stronę, nawet wezwania do działania, które pojawiają się nad zakładką, nie przyciągają uwagi. Nie skupiaj się jednak zbytnio na pozycjonowaniu po złożeniu. Wezwanie, które zachęca czytelników do skomentowania Twojego postu, prawdopodobnie będzie musiało zostać umieszczone na końcu postu, jeśli ma to logiczny sens i zachęca do natychmiastowego działania. Wezwanie, które zachęca

czytelników do skomentowania Twojego postu, prawdopodobnie będzie musiało zostać umieszczone na końcu postu, jeśli ma to logiczny sens i zachęca do natychmiastowego działania.

Czy CTA odzwierciedlają Twoją markę?

Naprawdę świetne CTA przecinają hałas otaczający czytelników i rozmawiają z nimi bezpośrednio. Jeśli Twoje wezwania do działania naprawdę zeskoczą ze strony, może być konieczne odzwierciedlenie Twojej marki. Każdy może stworzyć szary przycisk z napisem „Kliknij tutaj" lub sfałszować każdy post na blogu słowa „Proszę o komentarz poniżej". Ale czy to odzwierciedla wyjątkową osobowość Twojej marki? Spójrz na swoje najbardziej ogólne wezwania do działania i przeprowadź burzę mózgów na kilka sposobów, dzięki którym możesz dokładniej wyrazić wartości marki. Nie idź jednak za daleko. Nie ma sensu poświęcać użyteczności na rzecz kreatywności, zwłaszcza jeśli Twoim celem jest zwiększenie skuteczności Twojego wezwania do działania. Kluczem jest znalezienie odpowiedniego połączenia marki i funkcji.

Czy w Twojej strategii CTA są luki?

Rozglądając się po swoim blogu, możesz być w stanie zidentyfikować możliwości wezwania do działania, z których jeszcze nie korzystasz. Nawet małe, subtelne zmiany mogą mieć wpływ na siłę przyciągania Twoich wezwań do działania - nie musisz przesadzać, aby uzyskać lepsze wyniki. Zastanów się nad układami strony, możliwościami umieszczania i wszelkimi wezwaniami do działania, których do tej pory odmawiałeś. Co mogłeś wypróbować? Dlaczego nie wprowadzić kilku poprawek do strategii CTA i zobaczyć, co stanie się w ciągu następnego tygodnia lub dziesięciu dni? Możesz być zaskoczony wynikiem

Znalazłem tego rodzaju zadanie naprawdę pomocne. Odsuwając się od mojego bloga, a następnie skupiając się na konkretnym elemencie, takim jak wezwania do działania, znajduję czas, który spędzam na recenzji, o wiele bardziej wartościowy niż bardziej powszechne podejście ad hoc oparte na inspiracji. Inną świetną rzeczą, jaką robi przegląd wezwań do działania, jest pomoc w ustaleniu priorytetów działań, które mają podjąć czytelnicy. Ujednolicając te priorytety w całej witrynie i zmieniając priorytety na niektórych kluczowych stronach, możesz wiele zrobić, aby zwiększyć współczynniki konwersji.

Zadanie 7: Thnij życie w stary post

Pozwólcie, że będę trochę zarozumiały i tępy: nie każdy post w archiwum twojego bloga jest do zera. Wiem o tym, ponieważ dotyczy to moich własnych blogów. Bez względu na to, jak ciężko pracujemy nad blogowaniem, zawsze możemy poprawić niektóre z poprzednich postów. W większości naszych archiwów są też posty, które z jakiegoś powodu po prostu nie osiągnęły dobrych wyników. Jednak twoje archiwum postów jest cennym zasobem. Chcesz, aby był jak najlepszy, a żeby był tak dobry, musisz od czasu do czasu dopracowywać starsze, słabe posty.

Dzisiaj Twoim zadaniem jest aktualizacja starszego posta na swoim blogu. To trochę różni się od zadania, które wymagało zaktualizowania kluczowej strony na blogu. W tym zadaniu sprawdziliśmy ważne strony na Twoim blogu. W tym przypadku szukamy istniejących postów, które z tego czy innego powodu nie są do zera. Może to być spowodowane tym, że:

• przyspieszyłeś wstępne pisanie postu

• twój post w jakiś sposób nie miał głębokości

• informacje są teraz datowane

• zmieniłeś zdanie na temat posta

• kluczowy element postu (jak tytuł, formatowanie lub otwieranie wierszy) został źle wykonany

• pomyliłeś się w swoim poście - zawiera błędy rzeczowe

• wiesz więcej na ten temat niż teraz, kiedy pisałeś post.

Niezależnie od przyczyny Twoim zadaniem jest zaktualizowanie co najmniej jednego starszego posta. Aktualizacja może obejmować wszystko od kilku drobnych poprawek po całkowite zmiany. Jeśli aktualizacja jest znacząca, napisz nowy post na swoim blogu z linkiem do starego, aby poinformować czytelników, że została zaktualizowana. Możesz także pomyśleć o promowaniu go na Twitterze, wśród innych kluczowych blogerów w swojej niszy i tak dalej. Poniżej wymieniłem siedem sposobów na aktualizację posta. Pochodzą one z serii, którą napisałem na temat tworzenia postów na blogu i chociaż napisano ją z perspektywy tworzenia nowego postu, myślę, że większość z nich można łatwo zastosować do aktualizacji starych postów też.

1. Tworzenie tytułu postu: Jeśli jest jeden element, który upuszcza posty bardziej niż jakikolwiek inny, jest to tytuł postu. Tytuł może oznaczać różnicę między czytanym postem lub nie. Przerobiłem tytuły w kilku starych postach i zobaczyłem, że dzięki temu mogą cieszyć się nowym życiem.

2. Wiersze otwierające: Twoim celem jest zachęcenie ludzi do przeczytania wiersza otwierającego, ale musi to być świetny wiersz otwierający, w przeciwnym razie ludzie przestaną czytać w tym miejscu.

3. Wezwanie do działania: co chcesz, aby ludzie zrobili, gdy skończyli czytać Twój post? W wielu przypadkach blogerzy po prostu pozwalają, aby posty kończyły się na kwileniu, bez zachęcania czytelników do zrobienia czegokolwiek. Posty z wezwaniem do działania dają czytelnikom kolejny krok.

4. dodaj głębię: wiele postów na blogu, które czytam, odniosłoby większy sukces, gdyby blogger spędził zaledwie kilka dodatkowych minut, dając przykłady, dodając ilustrację, sugerując dalsze czytanie, dzielenie się opiniami i tak dalej. ten post wyjaśnia 13 sposobów na dodanie głębi do postu.

5. Kontrola jakości: Wiele postów (w tym mój własny) można ulepszyć dzięki dodatkowej korekcie. Zwróć także uwagę na linki, które mogły stać się martwe lub prezentowane przez ciebie fakty, które są przestarzałe lub niedokładne dla obecnych czytelników.

6. Polerowanie postów: wygląd posta ma ogromny wpływ na to, jak traktowani są przez czytelników. Świetnie wyglądający post może oznaczać różnicę między postem czytanym a wirusowym, a postem niezauważonym w twoich archiwach.

7. Rozmowa: dla wielu blogerów, po opublikowaniu postu, znika on z radaru. Jednak czytelnicy mogą nadal z nim współdziałać i komentować go przez kilka dni, tygodni, miesięcy, a nawet lat później. Kontynuacja tych komentarzy może okazać się bardzo opłacalna.

Garstce ludzi nie podoba się to zadanie: czują, że aktualizowanie postów w jakiś sposób zagraża naturze ich blogu i chcą zachować swoje stare posty jako sposób na pokazanie podróży, którą chcieliby pracował jako bloger. Szanuję to podejście do blogowania. Chociaż myślę, że dodanie aktualizacji do starego postu i wyraźne oznaczenie jej jako aktualizacji różni się od tego sposobu myślenia, istnieje alternatywa. Jeśli wolisz unikać aktualizacji starych postów, co powiesz na napisanie nowego postu, który rozszerza lub aktualizuje pomysły z poprzedniego postu? Aby to zrobić, po prostu wybierz post w swoich archiwach, który zawiera treści, które chcesz zaktualizować lub rozszerzyć, a następnie napisz nowy post, który łączy się z tym postem i zapewnia aktualizację. W ten sposób stary post pozostanie

nienaruszony, a twoje pomysły zostaną rozszerzone. Możesz również link do nowego posta ze starego, aby czytelnicy mogli zobaczyć postęp (jeśli Twoja filozofia blogowania na to pozwala, oczywiście).

KROK 1: Pisz zwięźle na swoim blogu

Dzisiaj opracujemy elevator pitch dla Twojego bloga. Pozwól mi wyjaśnić, dlaczego to ważne.

Co to jest elevator pitch?

„Elevator pitch to przegląd pomysłu na produkt, usługę lub projekt. Nazwa odzwierciedla fakt, że elevator pitch można dostarczyć w czasie jazdy windą (na przykład trzydzieści sekund lub 100–150 słów). ”- Wikipedia

Wiele kursów biznesowych i samodoskonalenia uczy studentów, jak opracować elevator pitch dla swojej firmy (a nawet dla siebie). Chodzi o to, aby mieć coś krótkiego i ostrego, co możesz powiedzieć o sobie, gdy nadarzy się okazja, zamiast przekopywać się przez niejasne wyjaśnienie tego, co robi Twoja firma - i nie mieć okazji zaimponować słuchaczowi.

Elevator pitch ma dwa cele:

• komunikować, co robisz

• zachęcić osobę, aby chciała dowiedzieć się więcej.

Elevator pitch dla blogerów

Podczas gdy pomysł jest zwykle wspierany, gdy przedsiębiorcy rozpoczynający działalność ,szukają inwestorów, opracowują elevator pitch bo twój blog to także sprytny ruch. Jednym z najważniejszych powodów tego ćwiczenia jest to, że zmusza Cię jako blogera do myślenia, dzięki temu, o czym jest Twój blog, i skrystalizujcie to w swoim umyśle Jeśli nie rozumiesz, o czym jest Twój blog, jest mało prawdopodobne, że ktokolwiek inny będzie w stanie uzyskać jasny pomysł. Znajomość bloga pomaga rozwinąć każdy jego aspekt, w tym:

• pisanie treści

• promocja i znalezienie czytelników

• optymalizacja wyszukiwarki

• nawiązywanie kontaktów z innymi blogerami

• branding

• design ... lista jest długa.

W rzeczywistości prawie każde zadanie, które wykonamy w ciągu najbliższych 31 kroków, będzie pochodziło z tego zadania.

Inne powody, dla których warto opracować elevator pitch

Oczywiście wymyślenie elevator pitch przyniesie wiele korzyści. Dobry elevator pitch jest świetny do komunikowania czytelnikom (zarówno tym, których już masz, jak i potencjalnym czytelnikom), innym blogerom, potencjalnym partnerom biznesowym, przedstawicielom mediów i dziennikarzom, reklamodawcom, a nawet znajomym i członkom rodziny, którzy mogą nie rozumieć, co robisz. Po utworzeniu elevator pitch na blogu nie ma ograniczeń co do miejsc i sytuacji, w których można z niej korzystać - w części lub w całości.

Oto kilka, które przychodzą na myśl:

Slogan Twojego bloga: Posiadanie krótkiego, ostrego i opisowego sloganu na swoim blogu może być skuteczną techniką szybkiego komunikowania nowym czytelnikom, o czym jest Twój blog. Czytelnikom, którzy nie rozumieją, o czym jest blog, grozi szybkie odejście - dlatego slogan wyświetlany na blogu może być świetnym sposobem na ich przyciągnięcie.

Twoja strona Informacje: Nowi użytkownicy bloga gromadzą się na stronie Informacje o blogu. Oprócz tego, że jest to idealne miejsce do komunikowania się na temat Twojego bloga, jest to również dobre miejsce, aby sprzedać potencjalnym czytelnikom powody, dla których powinni je subskrybować i wrócić.

Prawdziwa rozmowa: niezależnie od tego, czy jesteś na konferencji, w rozmowach biznesowych, czy po prostu podczas codziennej rozmowy, temat bloga może pojawiać się od czasu do czasu. Możliwości te mogą być idealnym czasem, aby polegać na elevator pitch i opisywać, o czym jest Twój blog.

Wizytówki: na konferencjach otrzymuję wiele wizytówek. Szczerze mówiąc, nie pamiętam, kto dał mi większość z nich. Dodanie elevator pitch do karty może pomóc wyzwolić pamięć o tym, kim jesteś i co robisz w umysłach tych, z którymi rozmawiasz podczas tych zajętych wydarzeń.

Pitching to media: Jedną z rzeczy, które zauważyłem w przypadku wielu dziennikarzy, są to bardzo zapracowani ludzie, którzy ciągle szukają pomysłów na historie. Mając przemyślane i skuteczne pitch może pomóc Ci zostać zauważonym i dać dziennikarzom powód do wysłuchania tego, co masz do powiedzenia.

Pitching do innych blogerów: Podobnie, stwierdzam, że jeśli zostaję uznany za blogera, zwracam większą uwagę, jeśli osoba, która wystawia prezentację, daje mi krótki wgląd w to, kim jest i co robi.

Podpis e-mail: wiele osób ma w swoich e-mailach linki do swoich blogów, ale sam link może być nieco bez znaczenia. Dlaczego nie dodać swojego elevator pitch? Podobnie podpisy na forach mogą być dobrym miejscem do umieszczenia krótkiego opisu tego, co robisz, aby zmotywować ludzi do sprawdzenia Twojego bloga.

Profile mediów społecznościowych: to samo dotyczy wszystkich profili mediów społecznościowych. Oprócz korzystania z nich do wskazywania innym osobom na swoim blogu, należy podać elevator pitch, aby dać im powód do odwiedzenia.

Strony docelowe: elevator pitch może znacznie ułatwić składanie kopii strony docelowej. Dotyczy to każdego rodzaju strony docelowej, w tym Twitter i inne strony docelowe mediów społecznościowych. Gdzie indziej używałbyś elevator pitch? Jestem pewien, że jest o wiele więcej możliwości ich wyciągnięcia! Podziel się z nami innymi miejscami, w których będziesz korzystać ze swojego elevator pitch, korzystając z dzisiejszego hashtagu (więcej o tym za chwilę).

<u>ZADANIA NA DZISIAJ</u>

Poświęć dziś trochę czasu, aby opracować elevator pitch na swoim blogu. Jeśli masz już taki, poświęć kilka minut na jego przejrzenie i udoskonalenie. Jak napisać scenariusz do swojego bloga Wiele na ten temat napisano online, ale oto kilka punktów wyjścia, które polecam:

1. Rozwiąż problem lub potrzebę: jestem wielkim zwolennikiem tworzenia blogów, które spełniają prawdziwe potrzeby i rozwiązują prawdziwe problemy. Problem nie musi być duży (jak pokój na świecie), ale powinieneś próbować stworzyć rozwiązanie, którego ludzie potrzebują na pewnym poziomie. Komunikuj to na elevator pitch.

2. Określ odbiorców: dla kogo jest twój blog? Kogo próbujesz przyciągnąć? Jeśli Twój blog jest kierowany do określonej grupy demograficznej lub osoby, wspomnij o tych osobach. Jeśli Twój blog jest przeznaczony dla nastolatków, nie opracowuj oferty dla emerytów - kieruj reklamy do odpowiednich czytelników.

3. Wyjaśnij: nie pozwól, aby ludzie zastanawiali się, co masz na myśli, ani nie mają trudności z interpretacją żargonu - spraw, by wysokość windy była krystalicznie czysta.

4. Krótko mówiąc: ludzie mają ograniczony zakres uwagi i niską zdolność do absorbowania dużej ilości informacji. Przejdź do rzeczy, wyeliminuj niepotrzebne słowa i spraw, aby było mocne!

5. Stand out: Użyj humoru lub potężnych zdjęć, aby przyciągnąć uwagę tych, którzy słyszą dźwięk windy.

6. Intrygujące: Twój elevator pitch nie jest w stanie przekonać ludzi do samodzielnego czytania blogów, ale powinna zachęcić ich do nauki. Nie musisz obejmować wszystkiego, ale spróbuj napisać coś, co pozostanie w pamięci tych, którzy to usłyszą.

7. Bądź energiczny, ale nie podekscytowany: nie tylko podajesz suche informacje, opisując swojego bloga, ale także przekazujesz, co o nim myślisz. Jest to ważne: jeśli utworzysz tonację przy użyciu języka i głosu, które są suche i pozbawione inspiracji, jest mało prawdopodobne, aby przekonać kogoś do czytelnika. Pokaż ludziom, że kochasz to, co robisz, że jesteś pasjonatem i że dbasz o swój temat. Ale nie posuwaj się też za daleko i nie przekreślaj tego.

8. Zastanów się nad użyciem pytania: ludzie są podłączeni do sieci, aby odpowiadać na pytania i angażować się w nie. Zadawaj pytania - nawet retoryczne - a wciągniesz ludzi.

9. Przygotuj się: Kiedyś ktoś podszedł do mnie i podał coś, co wydawało się tonem windy na swoim blogu. Działało naprawdę dobrze, a oni mnie zainteresowali - tak zainteresowali, że poprosiłem ich, aby powiedzieli mi więcej. Problem polegał na tym, że nie mieli nic więcej do powiedzenia na temat swojego bloga. Zobacz swój elevator pitch jako otwieracz do rozmów, który ma prowadzić do dalszej interakcji z ludźmi. Nie musisz mówić wszystkiego, ale powinieneś być gotów powiedzieć więcej, jeśli ludzie są zainteresowani.

Napisz swoją ofertę

Aby rozpocząć pisanie, zanotuj następujące elementy:

• twoją publiczność

• ich potrzeby lub problem

• rozwiązanie, które zapewnia Twój blog.

Te przedmioty tworzą nagie kości na boisku. Odtąd wykorzystaj swoją kreatywność, wyobraźnię i osobisty styl, aby opracować elevator pitch od 100 do 150 słów, która jasno komunikuje, o czym jest Twój blog. Jeśli masz ochotę, spróbuj opracować krótki slogan. Spróbuj także rozwinąć swoją grę w wyimaginowanej rozmowie z innym blogerem. Gdy masz już windę do swojego bloga, napisz lub wydrukuj ją i umieść w pobliżu komputera, aby przypominać o niej podczas blogowania. Możesz także zacząć umieszczać go na swoim blogu jako slogan lub umieścić na stronie Informacje. Możesz nawet napisać o tym post na swoim blogu, aby poinformować czytelników, na czym jesteś

UWAGI NA DZISIAJ

Wskazówki, jak rozwinąć elevator pitch:

1. Zacznij od burzy mózgów słów związanych z Twoim blogiem. Jakie słowa przychodzą ci na myśl, gdy myślisz o swoim blogu?

2. Poproś od dwóch do trzech przyjaciół lub członków rodziny, aby opisali swojego bloga w jednym zdaniu.

3. Gdzie wykorzystasz boisko windy, które dziś wymyślisz?

Jest mało prawdopodobne, aby Twój elevator pitch był w stanie przekonać ludzi do samodzielnego czytania blogów, ale powinien zachęcić ich, by dowiedzieli się więcej.

KROK 2: Napisz listę postów

Korzystanie z list zawsze było popularną i skuteczną techniką wśród blogerów chcących pisać wirusowe posty, które aktywnie rozprzestrzeniają się od jednej osoby do drugiej. Wystarczy spojrzeć na pierwszą stronę Digg, TweetMeme i Delicious, a zobaczysz, że większość najgorętszych treści w Internecie w danym momencie jest napisana w tym stylu.

8 powodów, dla których listy postów są przydatne dla blogerów

Listy wpisów są popularne, ponieważ:

1. Można skanować: czytelnicy online są leniwi i zwykle skanują zawartość zamiast czytać słowo w słowo. Lista pomaga szybko i łatwo przekazać wiele punktów oraz pomaga czytelnikom dowiedzieć się, czy post zawiera interesujące ich informacje.

2. Listy trzymaj posty zwięźle: Jest coś w liście, która powstrzymuje blogera od wędrówki. Każdy punkt ma początek i koniec, podczas gdy w stylu pisania eseju, punkty często konkurują ze sobą.

3. Wygląda schludnie: nie wiem jak Ty, ale kiedy przybywam na stronę pełną nieporządnie sformatowanego tekstu, staram się pozostać krótko. Z drugiej strony listy mogą być przyjemne wizualnie i bardziej zachęcać do czytania.

4. Listy mogą być kompleksowe: choć niektórzy mogą twierdzić, że wymienia głupie pomysły i koncepcje, kiedy są dobrze napisane, są tak wszechstronny jak każdy inny styl pisania.

5. Listy są przekonujące: jeśli chcesz szybko zamontować skrzynkę, przedstawienie wielu argumentów na liście może być dość przekonujące. Ponownie chodzi o uwzględnienie możliwych do zidentyfikowania punktów, które razem tworzą przekonujący argument.

6. Listy mogą zwiększyć łatwość pisania: lubię pisać na listach, ponieważ dzielą moje myśli na małe kawałki, co jest dobre dla moich czytelników. Jest to również dobre dla mnie jako pisarza, ponieważ zastanawiam się, jak wyrazić siebie

7. Listy są wirusowe: Listy mogą wywoływać epidemie pomysłów. Z powyższych powodów i więcej wydaje się, że blogerzy i miłośnicy mediów społecznościowych ,uwielbiają udostępniać listy, dzięki czemu szybko rozprzestrzeniają się w Internecie (i poza nim).

8. Listy rozkładają skomplikowane: Jednym z powodów, dla których uważam posty za potężne, jest to, że mogą rozbić złożone pomysły lub zadania. Wiem, że na blogu fotograficznym wiele samouczków dotyczących Photoshopa działa najlepiej, gdy nasi autorzy przedstawiają instrukcje w formie kroków. W ten sposób procedura, która z początku może wydawać się przytłaczająca, staje się dostępna jako lista zadań wielkości kęsa.

Ostrzeżenie: Ogranicz swoje listy. Mogą być niewiarygodnie potężne, ale czytelnicy mogą być sfrustrowani, jeśli to wszystko, co prezentujesz

Lista pomaga szybko i łatwo przekazać wiele punktów oraz pomaga czytelnikom dowiedzieć się, czy post zawiera interesujące ich informacje

DZISIEJSZE ZADANIE

Dzisiaj Twoim zadaniem jest napisanie listy postu na swoim blogu. Nie musisz opublikować go dzisiaj, jeśli masz już coś w kolejce, ale staraj się opublikować go w ciągu następnego dnia lub dwóch, jeśli możesz. Na początek zastanów się, czy Twoi odbiorcy byliby zainteresowani:

• wyjaśnieniem procedury krok po kroku

• zbiorem pomysłów lub ludzi

• uszeregowaną lub uporządkowaną grupa elementów lub koncepcji.

Jeśli odpowiedziałeś „tak", jesteś na dobrej drodze do napisania listy postu.

3 rodzaje wpisów na liście

Istnieje wiele sposobów włączania list do swojego bloga. W zależności od tematu i stylu tworzonego bloga niektóre z tych opcji mogą być odpowiednie dla Ciebie:

1. Post jako lista: w tym przypadku we wpisie nie ma nic oprócz listy. Tytuł twojego wpisu wprowadza temat, a lista mówi sama za siebie. Lista może być dość krótka i krótka. Jednak czytelnicy często je lubią ze względu na ich bezczelność i sposób, w jaki to mówią.

2. Rozszerzone listy: w ten sposób ogólnie podchodzę do postów na liście. W pewnym sensie ten typ postu jest podobny do eseju lub artykułu, z tym wyjątkiem, że główne punkty są podzielone na format listy numerowanej. Zasadniczo dla każdej sekcji jest nagłówek, a pod każdym akapit lub dwa.

3. Istnienie postów: treść, którą właśnie czytasz, prawdopodobnie najlepiej ilustruje ten typ. W pewnym sensie lista staje się sposobem na rozbicie tekstu. Uważam, że często tego rodzaju posty radzą sobie całkiem nieźle, ponieważ inni blogerzy szukający cytatu do podzielenia się z czytelnikami przejdą na twoją listę.

Niektórzy blogerzy czasami stają się trochę antylistowcami, co sugeruje, że jest to nadużywana technika i leniwy sposób pisania, ale nie zawsze musi tak być. Nic nie stoi na przeszkodzie, aby blogger opracował szczegółowy post na prawie każdym blogu.

Posty na liście nie będą pasować do stylu każdego i prawdopodobnie są trudniejsze do wykorzystania w niektórych tematach blogu niż w innych. Są to jednak przydatny styl słupka, który można mieć w pasku narzędzi, gdy nadarzy się okazja.

Tytuł twojego wpisu wprowadza temat, a lista mówi sama za siebie. Lista może być całkiem goła - krótka i na temat

UWAGI DZISIAJ

Szybkie porady dotyczące pisania listy postów

1. Jeśli masz ochotę na pomysły, przejdź na stronę taką jak Digg lub Delicious. Sprawdź ich popularne historie i zanotuj wszystkie posty i artykuły z listy.

2. W Digg and Delicious przeszukaj słowa kluczowe związane z blogiem i zobacz, co napisali inni. To może dać ci trochę inspiracji.

3. Moje osobiste podejście do pisania postów na liście polega na przeprowadzeniu burzy mózgów tak wielu punktów, jak to tylko możliwe, związanych z wybranym tematem. Nie używam ich wszystkich, a niektóre punkty łączą się i stają się jednym. Jednak zaczynając od dużej listy i zbierając ją do odzwierciedlenia tylko najlepszych pomysłów jest często dobrym sposobem na rozpoczęcie.

Rozpoczynanie od dużej listy i zbieranie jej w celu odzwierciedlenia tylko najlepszych pomysłów jest często dobrym sposobem na rozpoczęcie.

KROK 3 : Promuj post na blogu

Większość blogerów próbowała promocji blogów na różne sposoby. Jednym błędem, jaki widzę wielu blogerów podejmujących próby znalezienia nowych czytelników, jest to, że promują oni tylko swojego bloga jako całość. Ich promocja polega na zwiększeniu ruchu na stronie głównej ich bloga. Chociaż nie ma w tym nic złego, odniosłem większy sukces w promowaniu poszczególnych postów niż strona główna mojego bloga. Właśnie to zrobimy dzisiaj. Po wczorajszym opublikowaniu wpisu na liście nie pozostawiaj przypadkowi, że Twój post zostanie przeczytany. Bądź proaktywny i poświęć dziś trochę czasu, by pomóc mu w jego drodze. Znajdźmy sposoby na promowanie swojego posta.

11 sposobów na promowanie posta na blogu.

Szybka uwaga: bądź ostrożny w stosowaniu tych technik. Nie używaj ich wszystkich z każdym pisanym postem. Wybierz najlepsze posty i promuj je wybiórczo, w sposób pomocny innym osobom.

1. Pitching do innych blogerów: Poproś innego blogera, aby rozważył powiązanie z Twoim postem. Jest w tym prawdziwa sztuka.

2. Sieci społecznościowe: z jakich sieci społecznościowych, takich jak Twitter i Facebook, korzystasz? Użyj ich, aby promować swój post. Kluczem nie jest ciągłe spamowanie swoich obserwujących i znajomych za pomocą linku. Zamiast tego użyj swojej sieci, aby zainicjować link i pozwól, aby Twoi obserwatorzy rozpowszechnili informacje za Ciebie. Nie dzieje się tak za każdym razem, ale wraz z rozwojem sieci może stać się ona coraz potężniejsza.

3. Zakładki społecznościowe: Promowanie selektywnych linków na stronach takich jak Digg lub StumbleUpon może prowadzić do niesamowitych rezultatów. Więcej informacji na ten temat można znaleźć w temacie Jak dostać się na pierwszą stronę Digg i korzystanie z serwisów społecznościowych w celu zwiększenia ruchu na blogu.

4. Wewnętrzne linki: Zamiast tylko promować swój post w witrynach innych osób, zastanów się, gdzie możesz do niego link z własnej witryny. Być może już pisałeś na ten temat i możesz dodać link do dalszej lektury. Może dodanie sekcji na pasku bocznym dla „Najnowsze posty" mogą działać. Wewnętrzne linkowanie nie spowoduje zwiększenia liczby nowych odwiedzin do twoich postów, ale może pomóc w SEO i zwiększyć liczbę wyświetleń stron.

5. Biuletyny: Jeśli masz listę biuletynów e-mail, wystrzel wiadomość e-mail na temat swojego ostatniego postu.

6. Sekcje komentarzy i fora innych blogów: Pozostawienie pomocnych i wnikliwych komentarzy na forach lub innych blogach może być świetne w zwiększaniu ruchu, jeśli Twój komentarz jest autentyczny, odpowiedni i wrażliwy na dyskusję. Pozostawienie linku jest czasem właściwe, pod warunkiem że jest bardzo istotne.

7. Podpisy e-mail: Umieszczanie linków do Twojego bloga w wychodzących wiadomościach e-mail jest dość powszechne, ale zawierają linki do najnowszych postów zamiast tylko adresu URL strony głównej bloga.

8. Kolejne posty: Napisz nowy post na swoim blogu, który zaczyna od miejsca, w którym ostatni został przerwany. Zwiększa to impet i jeśli połączysz posty, zwiększysz liczbę odsłon

9. Zareklamuj swój post: w przypadku postów, z których jesteś szczególnie dumny i które zostały dobrze przyjęte przez czytelników, możesz nawet rozważyć małą kampanię reklamową z małym budżetem,

korzystając z usług takich jak AdWords lub reklama StumbleUpon. Więcej informacji na temat tego pomysłu można znaleźć w artykule Uruchom kampanię reklamową StumbleUpon na swoim blogu.

10. Ukierunkowanie na media głównego nurtu: Czasami Twoje posty mogą być istotne dla mediów głównego nurtu. W tym celu chcesz wybrać naprawdę interesujący post; nie jest wskazane w przypadku codziennych treści.

11. Marketingowy artykuł : Nie polecam przesyłania dokładnie tego samego artykułu, który zamieściłeś na swoim blogu na stronach z artykułami marketingowymi (może to spowodować kłopoty z Google - możesz spotkać się z karami za powielone treści), ale wiem o niewielu blogerów, którzy przepisują swoje kluczowe artykuły w celach marketingowych.

Powtarzam, nie rób wszystkich powyższych sugestii dla każdego posta na swoim blogu. Zwykle wybieram jeden lub dwa posty tygodniowo, aby pozwolić innym pchać, a pozostałe pozwalają organicznie rosnąć.

ZADANIE NA DZIŚ

Poświęć trochę czasu na zapoznanie się z wczorajszym postem i zadaj sobie pytanie, gdzie warto go promować. Jeśli uważasz, że post nie jest tak naprawdę godny promocji, możesz wybrać bardziej odpowiedni post. Jeśli go nie masz, poświęć trochę czasu na napisanie postu godnego linku, a następnie spróbuj go promować. W większości przypadków zaczynam od punktu 1 powyżej: Pitching do innych blogerów. Wybierz innego bloga o treści podobnej do swojego postu i uprzejmie prześlij go do tego bloga jako sugerowany link. Ponownie sprawdź 11 sposobów na zwiększenie swoich szans bycia połączonym przez Bloggera w celu uzyskania wskazówek, które pomogą zwiększyć prawdopodobieństwo sukcesu.

Czujesz się bojaźliwy?

Wiem, że wielu nowych blogerów często czuje się nieśmiało i nieufnie promuje się. Nie martw się: nie jesteś sam. Czułem to wiele razy i czasami nie przedstawiałem swojej pracy tam, gdzie być może powinienem. Jednak czasy, w których byłem gotów wypchnąć się ze strefy komfortu, zwykle się opłacały.

Chociaż w moim życiu na blogu zdarzyło się kilka przypadków, w których zyskałem ruch dzięki szczęśliwej przerwie, ruch w dużych ilościach był głównie bezpośrednim rezultatem mojej pracy promocyjnej. Nie zostawiaj tego przypadkowi - postaw się tam i zobacz, co w rezultacie.

Czasy, w których byłem gotów wypchnąć się ze strefy komfortu, zwykle się opłacały.

Ostateczne wskazówki dotyczące promowania Twojego postu

1. Wymień wszystkie miejsca, w których jesteś obecny w Internecie, i sprawdź, czy możesz promować post za ich pośrednictwem (na przykład media społecznościowe, podpisy e-mail, fora, blogi itp.).

2. Lista osób, z którymi masz kontakty, którzy mogą być otwarci na pomoc w promowaniu postu.

Promowanie postu we wszystkich tych miejscach lub poproszenie wszystkich osób z listy o pomoc w promowaniu każdego napisanego posta nie będzie właściwe. Jednak posiadanie tej listy pomoże Ci za każdym razem, gdy będziesz promować post, możesz go zeskanować i sprawdzić, który punkt sprzedaży najlepiej pasuje do tego postu. Kluczem jest trafność. Dopasuj promowany post do odpowiedniego miejsca i ludzi, a masz znacznie większą szansę na sukces. Upewnij się także, że robisz to tylko z najlepszymi treściami.

KROK 4 : Przeanalizuj najlepszy blog w swojej niszy

DZISIEJSZA NAUKA

Dzisiaj spędzimy trochę czasu na udanym blogu w Twojej niszy. Zamiast promować się na tym blogu, spędzimy czas na oglądaniu, słuchaniu i obserwowaniu, jak działa blog. Celem jest, aby to, czego się uczysz, pomogło w kształtowaniu własnej strategii blogowania. Bloger może się wiele nauczyć, spędzając czas na innych blogach - szczególnie tych, które mają się dobrze. Możesz zbierać różne pomysły, strategie i wskazówki. Zauważysz rzeczy, które blogger robi dobrze, które możesz naśladować, a także elementy, których brakuje, które mogą pomóc Ci się wyróżnić. Bloger może się wiele nauczyć, spędzając czas na innych blogach - szczególnie tych, które mają się dobrze. Możesz zbierać różne pomysły, strategie i wskazówki.

ZADANIE NA DZISIAJ

Oto jak sugeruję, abyś zajął się dzisiejszym zadaniem.

1. Zidentyfikuj udanego bloga w swojej niszy Być może znasz już tego rodzaju blogi lub być może będziesz musiał przeprowadzić trochę badań. Jeśli nie masz pewności, który wybrać, przejdź do 100 najlepszych blogów Technorati lub Google Blog Search i spróbuj znaleźć blog na Twój temat, który ma dobrą skuteczność. Jeśli nie możesz znaleźć takiego, który obejmuje dokładnie ten sam temat, nie martw się zbytnio - wybór bloga na podobny temat również zadziała.

2. Poświęć 15 minut na przeanalizowanie bloga

Poświęć trochę czasu na przeanalizowanie bloga w tych kwestiach.

Treść

• Jakie tematy obejmują?

• Jakie tematy ignorują?

• Jakim głosie lub stylu publikują?

• Jak często publikują?

• Na jakim poziomie prezentują swoje posty (na przykład dla początkujących, zaawansowanych itp.)?

Zaangażowanie czytelnika

• Jakie tematy generują najwięcej rozmów?

• Jakie style postów wydają się najlepiej łączyć z czytelnikami?

• Jakie pytania zadają czytelnicy w komentarzach?

• Jakie skargi widzą czytelnicy w komentarzach?

• Z jakich narzędzi lub mediów korzysta strona (na przykład czy korzystają z Twittera, forów itp.)?

Projekt

• Jakie jest twoje pierwsze wrażenie z ich projektu?

• Co zrobili dobrze? Co źle zrobili?

• Jakie opcje dają czytelnikom subskrypcję?

Zarabianie

To da ci wskazówki, w jaki sposób możesz zarabiać na swoim blogu.

• Którzy reklamodawcy kierują reklamy na tego bloga?

• Jakiego rodzaju programy partnerskie promują?

Ruch

Możesz udać się na stronę taką jak Alexa lub Compete, aby przeprowadzić analizę poziomu ruchu na blogu. Czy rośnie, czy maleje, czy osiągnął plateau? Alexa zapewnia również statystyki dotyczące wyświetleń strony, czasu spędzonego w witrynie, witryn, które się do niej łączą, współczynników odrzuceń, lokalizacji odbiorców, miejsca odwiedzania witryny i innych. Odkryłem jednak, że te informacje nie zawsze są dokładne.

SEO

Jeśli masz jakieś kompetencje w zakresie SEO, możesz sprawdzić, jak radzi sobie blog w niektórych z tych obszarów.

• Kto prowadzi do tego bloga? (Aby to sprawdzić, możesz użyć polecenia „link: www.blogurl.com" w Google).

• Co ujawnia ich kod źródłowy na temat konfiguracji witryny?

• Jeśli mają otwarty lub odblokowany pakiet statystyk, czego możesz się nauczyć z ich statystyk? Które strony są popularne? Skąd pochodzi ich ruch przychodzący?

Naprawdę liczba pytań, które możesz zadać, jest nieograniczona. To, co próbujesz zrobić w tym ćwiczeniu, polega na określeniu, co działa dobrze na drugim blogu i ustaleniu, jakie mogą być szanse na umieszczenie Twojego bloga w „lukach", które ten blog pozostawia otwarte. Kiedy przeprowadzasz tego rodzaju analizę z wieloma blogami w swojej niszy, powinieneś zacząć widzieć pojawiające się wzorce - taktyki, które konsekwentnie sprawdzają się w przypadku blogów w twojej niszy, i rzeczy, które być może możesz zrobić, których nikt inny nie robi.

Dwa krótkie słowa ostrzeżenia

1. Skoncentruj się na własnym blogu. Pułapką, w którą wpadają niektórzy blogerzy, jest to, że spędzają tyle czasu, obserwując swoich „konkurentów", że skracają czas poświęcony na budowę własnego bloga. Ta analiza jest przydatna do wykonywania od czasu do czasu, ale nie pozwól, aby odbywała się to kosztem innych podstawowych działań na Twoim blogu.

2. Bądź wyjątkowy. Kolejną pułapką, w którą wpadają niektórzy blogerzy, jest wirtualna replika każdego aspektu innego bloga. To prawda, że możemy się wiele nauczyć od innych i możemy wyciągnąć wnioski z tego, co robią inni. Ale jeśli po prostu skopiujesz wszystko, co robi inny blog, nie rozróżnisz się, a potencjalni czytelnicy nie będą mieli prawdziwego powodu, aby czytać Twojego bloga zamiast innych.

Poświęć trochę czasu na regularny harmonogram blogowania, aby przeczytać i przetrawić treści, które inni produkują w Twojej niszy.

UWAGI NA DZISIAJ

Jeszcze jedna wskazówka do analizowania udanych blogów Być może najlepszym sposobem na naprawdę przeanalizowanie innego bloga w twojej niszy jest bycie aktywnym czytelnikiem. Zrób listę

wszystkich blogów, które możesz znaleźć w swojej niszy. Gdy to zrobisz, skonfiguruj subskrypcję RSS dla każdej z nich, abyś mógł monitorować, co piszą w miarę upływu czasu. Poświęć trochę czasu na regularny harmonogram blogowania, aby przeczytać i przetrawić treści, które inni produkują w Twojej niszy. W ten sposób zaczniesz widzieć, na czym koncentrują się inni, na co reagują ich czytelnicy, jakie trendy pojawiają się w Twojej niszy i kim są autorytatywne głosy. Dowiesz się więcej o innych blogach, będąc aktywnym komentatorem (ale to kolejny dzień w tym wyzwaniu).

KROK 5 :Napisz do czytelnika blogu

Dzisiejsze zadanie polega na budowaniu społeczności na blogu i wywarciu wrażenia na czytelnikach, dając im osobistą uwagę. Kiedy zwracasz uwagę na czytelnika, znacznie zwiększa to jego szanse nie tylko na powrót do twojego bloga, ale także rozpowszechnianie wiadomości o swoim blogu za pośrednictwem jego sieci.

Zadanie polega po prostu na wysłaniu e-maila do jednego nowego czytelnika…ub więcej. Chociaż końcówka brzmi prosto - być może zbyt prosta - w rzeczywistości jest to technika, którą zastosowałem we wczesnych latach ProBlogger i naprawdę pomogła ona zwiększyć zaangażowanie czytelnika. Odkryłem, że kiedy zwracasz uwagę na czytelnika, znacznie zwiększa to jego szanse nie tylko na powrót do twojego bloga, ale także rozpowszechnianie wiadomości o swoim blogu za pośrednictwem jego sieci. Przejrzyj najnowsze komentarze na blogu i znajdź czytelnika, którego nie rozpoznajesz. Wyślij do nich szybką wiadomość e-mail z podziękowaniem za komentarz. Upewnij się, że umieściłeś link z powrotem do swojego bloga, aby wiedział, kim jesteś, i dostosuj adres e-mail do ich komentarza (to znaczy odpowiedz na zadane pytanie lub w jakiś sposób dodaj do komentarza). Możesz również wskazać je na swój kanał RSS w wiadomości e-mail, prawdopodobnie przekształcając je w lojalnego czytelnika. Chociaż istnieją narzędzia, które mogą automatycznie wysyłać Ci „nowe komentarze", automatycznie im bardziej osobisty, tym lepiej.

Przejdź dalej i zrób większe wrażenie Ta technika może być naprawdę warta poświęcenia czasu każdego dnia, a istnieją dwa proste sposoby jej rozszerzenia, aby uczynić ją jeszcze bardziej wciągającą:

1. Jeśli dana osoba pozostawiła link do swojego bloga w komentarzu, zostaw komentarz na swoim blogu. Znowu jest to kolejna technika, którą stosowałem we wczesnych latach blogowania, i z pewnością była ona najważniejsza w budowaniu czytelnictwa.

2. Odpowiedz na komentarz na swoim blogu. Wysłanie wiadomości e-mail świetnie nadaje się do wywarcia wrażenia na samym komentatorze, ale pozostawienie komentarza we własnej sekcji komentarzy pokazuje innym czytelnikom, że chętnie angażujesz się w rozmowę. Pomaga także budować numery komentarzy, które mogą budować społeczny dowód i pokazać, że Twój blog jest aktywny.

Jeśli masz dzisiaj kilka dodatkowych minut, zrób to z garstką nowych czytelników - im więcej, tym lepiej. Polecam również dodanie tego zadania do codziennej rutyny. Postaraj się spędzać od 10 do 15 minut dziennie, wysyłając e-maile do czytelników, a będziesz mógł robić wrażenie na tysiącach ludzi każdego roku. Ta prosta wskazówka zajmuje tylko chwilę, ale może stworzyć lojalnego, długoterminowego czytelnika Twojego bloga. Rób to przynajmniej raz dziennie (lub stawiaj sobie wyższy cel), a Twój blog będzie konsekwentnie budowany w miarę upływu czasu.

Poświęć 10 do 15 minut dziennie na wysyłanie e-maili do czytelników, a możesz zrobić wrażenie na tysiącach ludzi każdego roku.

Uwaga: czy ta wskazówka nie jest dla Ciebie wystarczająco spektakularna?

Ostatnim razem, gdy podzieliłem się tą wskazówką z innym blogerem, przewrócili do mnie oczami i powiedzieli, że nie chcą znaleźć jeszcze jednego czytelnika na swoim blogu - chcieli setek lub tysięcy. Ten blogger nie zdał sobie sprawy z dwóch rzeczy:

1. Lojalni czytelnicy rozpowszechniają informacje. Przekonałem się, że w wielu przypadkach pojedynczy czytelnik szybko staje się licznym lojalnym czytelnikiem, ponieważ kiedy robisz wrażenie na ludziach, prawdopodobne jest, że przekażą ci informacje o tobie. Robią to za pośrednictwem własnych blogów, wiadomości ustnych, serwisów społecznościowych i tak dalej.

2. Lojalni czytelnicy budują wyświetlenia strony. Jeden lojalny czytelnik może potencjalnie przeglądać bloga setki (jeśli nie tysiące) razy. Codzienna wizyta tego czytelnika przez rok zapewnia dodatkowe 365 odsłon na Twoim blogu. Zdobywaj dodatkowego lojalnego czytelnika każdego dnia przez cały rok, a liczby zaczną się sumować.

Chociaż nie ma nic złego w szybkim przyciąganiu tysięcy nowych czytelników do Twojego bloga, większość z nich odejdzie tak szybko, jak tylko dotrą. Budowanie lojalnych czytelników każdego dnia to podstawa, która może być znacznie bardziej owocna na dłuższą metę.

WSKAZÓWKA: Nie ma jeszcze komentarzy na swoim blogu? Jeśli jesteś bardzo nowym blogerem, może nie być jeszcze osób, które zostawiają komentarze na Twoim blogu. Jeśli taka jest Twoja sytuacja, nie martw się; Mam dzisiaj do wykonania inne mini zadanie. Poświęć 10 minut na odwiedzanie innych blogów na Twój temat i zostawiaj na nich odpowiednie, pomocne i autentyczne komentarze. Im bardziej pomocne będą twoje komentarze, tym lepiej; wywarcie dobrego wrażenia na komentarzach podnosi Twój profil i może potencjalnie ograniczyć ruch z powrotem do Twojego bloga.

Jak już wspomniałem, ważne jest, aby Twój e-mail był jak najbardziej osobisty. Pokaż czytelnikowi, że nie tylko wysyłasz automatycznie wiadomości e-mail zawierające spam - odnoszą się do ich komentarzy, komentują na blogu (jeśli taki mają), przyczyniają się do kwestii, którą wypowiedzieli w komentarzu, lub zadają odpowiednie pytanie. Jeszcze jedna szybka wskazówka: jeśli dana osoba pozostawi szczególnie wnikliwy komentarz lub wykaże, że wie, o czym mówi, zapytaj, czy byłaby zainteresowana rozwinięciem swojego komentarza postem gościnnym na Twoim blogu. Zrobiłem to więcej niż kilka razy, a wyniki zawsze były fantastyczne. Oprócz współpracy z czytelnikiem, przynosi także nowy głos i perspektywę Twojemu blogowi oraz opiera się na pomysłach przedstawionych w poprzednich postach, tworząc impet.

KROK 6 : Dostosuj swojego bloga do urządzeń mobilnych

Łatwo jest udawać, że tak naprawdę nie musimy się martwić, że nasze blogi będą przyjazne dla urządzeń mobilnych. W końcu na urządzenia mobilne są zainstalowane przeglądarki, więc nasi czytelnicy mają dostęp do naszych blogów z dowolnego miejsca. Kuszące jest także poleganie na platformie blogowej, którą wybrałeś, jeśli chodzi o urządzenia mobilne. „Jestem pewien, że WordPress ma to wszystko pod kontrolą" to powszechna myśl w kręgach blogowych. Szczerze mówiąc, czytelnicy prawdopodobnie mogą uzyskać dostęp do Twojego bloga bez większych trudności za pośrednictwem swoich przeglądarek. Ale czy to najlepsze doświadczenie, jakie możesz im zapewnić? Utworzenie mobilnej wersji swojego bloga zapewnia także inne korzyści - w tym przychody z reklam przeznaczonych na urządzenia mobilne. Przyjrzyjmy się bliżej blogom mobilnym.

Dzisiejsze Zadanie

Dzisiejsze zadanie polega na dostosowaniu bloga do urządzeń mobilnych. Jeśli jest już dostosowany do urządzeń mobilnych, skorzystaj z tej okazji, aby sprawdzić wtyczki do witryn mobilnych lub funkcje, których możesz użyć do ulepszenia doświadczenia swoich czytelników a propos Twojego bloga za pośrednictwem urządzeń mobilnych.

Nie mam mobilnej wersji mojego bloga

Najlepsze miejsce na blog mobilny są… w twoim telefonie! Chwyć telefon i przejdź do swojego bloga. Nie tylko ląduj na stronie głównej - spróbuj przejść do historii, skomentować itd.

WSKAZÓWKA: Nie zapomnij o tablecie Przeprowadzanie tego rodzaju badań na tablecie jest również przydatne, ale prawdopodobnie dobrym pomysłem jest uczynienie badań telefonicznych priorytetem, ponieważ interfejs jest o wiele mniejszy: jeśli blog działa dobrze na telefonie, prawdopodobnie działa również dobrze na tablecie. Następnie sprawdź blogi niektórych konkurentów. Dzięki tym badaniom uzyskasz migawkę ofert, z których korzystają inni blogerzy, oraz pogląd na rodzaje interfejsów, z którymi współpracują czytelnicy.

Rób notatki podczas podróży. Co lubisz? Co utrudnia poruszanie się po blogu na telefonie komórkowym? Jak łatwo jest uzyskać dostęp do komentarzy, udostępnić post i znaleźć inne posty na każdym blogu?

Jak Twój neutralny dla urządzeń mobilnych blog wypada w porównaniu z innymi, które widziałeś? Jeśli chcesz skorzystać z możliwości, jakie oferuje telefon komórkowy - i czytelnikom - z przyjemnością usłyszysz, że nie jest to trudne. Po powrocie na komputer przejdź do forów pomocy technicznej dla używanej platformy blogów. Wyszukaj „mobilny blog" lub „wersję mobilną" i przejrzyj rozmowy, aby zobaczyć, co mówią inni użytkownicy i jakie narzędzia polecają. Stąd świat jest twoją ostrygą, ale jeśli potrzebujesz dodatkowej pomocy, porozmawiaj z projektantem, bloguj z przyjaciółmi lub poproś w sieciach społecznościowych o pomoc i porady.

Masz już mobilną wersję swojego bloga?

Jeśli masz już mobilną wersję swojego bloga - być może przy użyciu motywu mobilnego, takiego jak WordPress Mobile Pack lub dedykowanego telefonom komórkowym serwisu , takiego jak Mobify - być może nadszedł czas, aby przyjrzeć się innym aspektom blogowania na urządzeniach mobilnych.

1. Sprawdź, co tam jest. Ci zapracowani twórcy wtyczek zawsze aktualizują, aktualizują i remontują. Sprawdź status usługi lub wtyczki, której używasz, aby upewnić się, że nie ma dodatkowej funkcjonalności, z której mógłbyś skorzystać, aby poprawić komfort korzystania z blogu mobilnego.

2. Sprawdź, czy korzystasz z obrazów i innych mediów Większość wtyczek i usług dość dobrze radzi sobie z obrazami, filmami i pobranymi postami, ale sprawdź, jak obrazy w Twojej witrynie pojawiają się na blogu mobilnym. Czy możesz przedstawić je bardziej efektywnie? Przejrzenie kilku swoich postów w telefonie może być świetnym doświadczeniem.

3. Przejrzyj tytuły postów i tekst Jak pojawiają się tytuły postów, gdy są wymienione w interfejsie mobilnym bloga? Czy żądają uwagi czytelników? Czy mówią czytelnikom, co otrzymają, jeśli klikną link? A co z twoimi samymi postami? Jak czytają na urządzeniu mobilnym? Brzmi dziwnie, ale to, co działa na laptopie lub komputerze, często traci uwięzionych w czasie, fizycznie popychanych użytkowników mobilnych. Czy potrafisz wypracować kompromis treści, który działa dla obu grup czytelników?

WSKAZÓWKA: A co z blogowaniem mobilnym? Jeśli często sam jesteś w podróży, zastanów się nad funkcjonalnością blogowania na platformie blogowej, której używasz? Większość platform umożliwia blogerom pisanie i publikowanie postów - wraz z obrazami, tagami itp. - z urządzeń mobilnych. Szczegółowe informacje znajdziesz na stronach pomocy technicznej swojej sieci.

Zobacz, jak zmienia się korzystanie z Twojego mobilnego bloga, gdy modyfikujesz i aktualizujesz wersję mobilną.

UWAGI NA DZISIAJ

Jeśli prowadzisz profesjonalnego bloga, naprawdę potrzebujesz mobilnej wersji swojej witryny. Jest łatwiejszy dla użytkowników, może być lepszy dla dolnej linii i pozwala w pełni wykorzystać środowisko mobilne. Jedną z rzeczy, które uważam za cenne, jest obserwowanie statystyk mobilnych tak, jak robisz statystyki witryny. Zobacz, jak zmienia się korzystanie z Twojego mobilnego bloga, gdy modyfikujesz i aktualizujesz wersję mobilną. Miej oko na przychody z reklam, komentowanie statystyk itd. Jest to najlepszy sposób na zmierzenie wpływu pracy wykonanej w witrynie mobilnej i postawienie się w najlepszej pozycji, aby dokonać korzystnych zmian w przyszłości. Oczywiście, jeśli naprawdę chcesz dostać się do głów użytkowników mobilnych, którzy odwiedzają Twój blog na swoich telefonach, zawsze możesz je sondować. Może to być szczególnie przydatne do uzyskiwania wglądu w to, gdzie uzyskują dostęp do Twojego bloga (w transporcie publicznym? Podczas lunchu?) Oraz w jakim stopniu i dlaczego angażują się w Twoje posty, pobierając pliki PDF, komentując lub udostępniając, na przykład, kiedy są w drodze.

Krok 7 : Napisz post z linkiem

Ktoś kiedyś zapytał, jak zbudowałem czytelnictwo na moim pierwszym blogu. Jedną z odpowiedzi, które podałem, było hojne linkowanie do innych blogów. Nie byłem sam. Wówczas blogowanie obracało się wokół linku. Jeden bloger napisałby post, a setki innych podłączyłyby do niego z postami, które w pewien sposób wykorzystały pomysły pierwszego postu.

Rezultat był taki, że:

1. Pomysły szybko rozprzestrzeniły się w blogosferze

2. Z każdym linkiem rosły relacje między blogerami

3. Blogi wszystkich wzrosły.

Chociaż do dziś tak się dzieje na blogach, znaczna część udostępniania linków została przeniesiona do innych mediów, takich jak Twitter, Facebook i serwisy społecznościowe. Obecnie blogerzy rzadko łączą się z innymi blogami na swoim blogu, ponieważ robią to gdzie indziej lub czują, że łącząc się, pomagają konkurentowi.

Dzisiaj Twoim zadaniem jest zrezygnowanie z linkowania do innych blogów - zwanych również linkami wychodzącymi - poprzez napisanie posta, który podkreśla, co inny blogger (lub blogerzy) w twojej niszy napisał (-li)

Dziś napiszemy link post-post, który prowadzi do co najmniej jednego innego bloga. Powody do linkowania z twojego bloga do innych obejmują:

1. To świetny sposób, aby dać coś wartościowego swoim czytelnikom. Chociaż Twoi czytelnicy przychodzą na Twojego bloga, aby przeczytać, co masz do powiedzenia, uważam, że zawsze doceniają linki do wysokiej jakości treści.

2. To buduje twoją wiarygodność. Regularne podkreślanie tego, co piszą inni w Twojej niszy, pokazuje czytelnikom, że jesteś na bieżąco z rozwojem wydarzeń i że masz połączenie z siecią.

3. Pomaga budować relacje z innymi blogerami. Nie ma to jak wysłanie kolejnego ruchu blogera, aby zrobić wrażenie i buduej połączenia. Nie tylko to, ale kiedy łączysz się z innymi w konstruktywny sposób, który faktycznie opiera się na ich pomysłach i dodaje wartości do rozpoczętej przez nich rozmowy, często może prowadzić do ciągłych interakcji

4. Może pomóc w twoich działaniach SEO. Niektórzy specjaliści SEO twierdzą, że linkowanie do powiązanych treści w Twojej niszy za pomocą odpowiednich słów kluczowych jako tekstu kotwicy może wpłynąć na sposób, w jaki wyszukiwarki widzą Twoją witrynę. Nie chcesz przesadzać i przesadzać z linkami, ale kilka linków do wysokiej jakości treści na Twój temat może równie dobrze pokazać wyszukiwarce, że Twój blog jest godny autorytetu. Z pewnością nie jest to główny czynnik w algorytmach wyszukiwania, ale wielu twierdzi, że to pomaga. Kluczem do tego zadania jest link do treści, które są cenne - treści, które czytelnicy znajdą dla nich odpowiednie i pomocne dla nich. Oczywiście, włączenie tej praktyki do blogowania oznacza, że musisz zdawać sobie sprawę z tego, co dzieje się w Twojej konkretnej części sieci. Aby to zrobić, prawdopodobnie będziesz chciał:

1. Subskrybować inne blogi i witryny w swojej niszy

2. Oglądać strony z zakładkami społecznościowymi, które obejmują tematy w Twojej branży

3. Subskrybować powiadomienia o nowościach za pomocą narzędzi takich jak Google Alerts.

6 rodzajów linków do rozważenia

Istnieje wiele opcji linkowania do innego bloga w cenny sposób. Pozwól, że dam ci kilka sugestii, które wykraczają poza zwykłe podanie czytelnikom linku i rekomendacji „przeczytaj".

1. Zbuduj punkty innych. Weź artykuł napisany przez kogoś i podziel się perspektywami, które mogli przeoczyć lub pominąć. Klasycznym sposobem na zrobienie tego jest pobranie posta z listy napisanego przez blogera i dodanie kilku dodatkowych punktów. Na przykład, jeśli ktoś napisze post zatytułowany 21 sposobów pisania postów, które gwarantują rozwój Twojego bloga, napisz post zatytułowany 3 więcej sposobów pisania postów z gwarancją rozwoju Twojego bloga, który prowadzi do pierwszego postu. Twój post może podnieść kilka punktów, a następnie rozszerzyć artykuł, sugerując trzy własne.

2. Weź przeciwny punkt widzenia. Innym sposobem na odrzucenie posta rówieśniczego blogera jest zbadanie przeciwnego punktu widzenia. Możesz to zrobić, aby zagrać w adwokata diabła lub ponieważ naprawdę wierzysz, że przeciwieństwo tego, co mówią, jest prawdą. Oczywiście jest mało prawdopodobne, aby budować relacje z drugim blogerem, jeśli robisz to w sposób obrażający, więc jeśli się z nimi nie zgadzasz, pamiętaj, aby robić to ostrożnie i starannie.

3. Zbuduj zasób na temat. Wybierz temat, który jest odpowiedni dla Twojego bloga, i poświęć trochę czasu na przeczytanie tego, co napisali wcześniej inni blogerzy w Twojej niszy. Prawdopodobnie skończysz z listą postów z innych blogów na ten sam temat. Możesz przedstawić je po prostu jako listę linków lub podać główne punkty z każdego postu, a nawet użyć cytatów z każdego z nich. Tego rodzaju posty często sprawdzają się w serwisach społecznościowych - szczególnie, jeśli zbierzesz dużą listę pomocnych zasobów na ten temat

4. Spróbuj szybkiego łączenia. Robiłem to regularnie w ProBlogger. Pomysł polegał na tym, że w danym dniu miałbym link do pięciu lub sześciu postów, które napotkałem podczas tego dnia. Linki zawierały szeroki zakres tematów, które moim zdaniem były istotne dla moich czytelników. Ta forma linku ma ogromny potencjał. Jakiś czas temu napisałem post, 25 świetnych samouczków dotyczących fotografii i linki z całej sieci. Był to po prostu zbiór kilku świetnych samouczków, które inni napisali w czasie, gdy publikowałem post, oraz kilka moich własnych linków z naszych archiwów. Ten post trafił na pierwszą stronę Digg i innych serwisów społecznościowych, ponieważ zawierał kilka świetnych samouczków. Wybierz temat, który jest odpowiedni dla Twojego bloga, i poświęć trochę czasu na przeczytanie tego, co napisali wcześniej inni blogerzy w Twojej niszy.

5. Przeprowadzaj wywiady z jednym pytaniem. Ta taktyka jest dość prosta: zadajesz pytanie innemu blogerowi lub blogerom, aby uzyskać ich spojrzenie na temat, który jest odpowiedni dla twoich czytelników. To wymaga trochę koordynacji i planowania, ale tak jest i zawsze warto. Znalazłem ten typ postu, który jest najbardziej skuteczny, gdy wyślesz to samo pytanie do garstki blogerów w twojej niszy, a następnie skompiluj wszystkie odpowiedzi w jednym poście obok siebie, aby czytelnicy mogli zobaczyć inne perspektywy. Oczywiście nie zapomnij o linkach do blogów każdej z osób, z którymi rozmawiałeś!

6. Zasugeruj dalszą lekturę i podaj przykłady. Innym powszechnym sposobem łączenia się z innymi, a także tworzenia wartości dla czytelników i dodawania głębi do swoich postów, jest dołączanie linków do tego, co mówią inni na dany temat w codziennym pisaniu postów na blogu. Twój post może nie być postem z linkiem sam w sobie - zamiast tego możesz omawiać temat kompleksowo z własnej perspektywy. Ale nie pozwól, aby powstrzymało Cię to od sugerowania dalszego czytania linków na końcu postu

Kluczem do udanych postów z linkami jest zapoznanie się z tym, o czym piszą ludzie w Twojej niszy. jak wspomniałem w Kroku 4, ważne jest, aby mieć świadomość i aktywnie śledzić inne blogi i witryny w swojej niszy. Jednym z zadań, które robię, aby pomóc mi nagrywać przydatne zasoby i linki w mojej niszy, jest korzystanie z witryny z zakładkami, takiej jak Delicious [delicious.com]. Założyłem tam konto, a kiedy znajdę interesujący artykuł, który moim zdaniem będzie przydatny, po prostu dodam do niego zakładkę ze specjalnym tagiem, którego używam, gdy uważam, że post jest warty udostępnienia moim czytelnikom. potem, kiedy przychodzę zrobić post z linkiem, mam gotową listę linków do udostępnienia. możesz zrobić to samo, dodając zakładki do postów w przeglądarce, mając plik tekstowy, do którego zrzucasz linki, lub zakładając konto na Twitterze, aby linki były włączone. kluczem jest posiadanie jakiegoś systemu do przechwytywania najlepszych rzeczy, które możesz udostępnić później

Krok 8 : Wybierz przestrzeń mediów społecznościowych, na której chcesz się skoncentrować

Można śmiało powiedzieć, że kanały społecznościowe są niezwykle popularne wśród blogerów. Jestem dużym użytkownikiem mediów społecznościowych - mam konta na Facebooku, Twitter dla moich różnych witryn i korzystaj z nich codziennie.

To powiedziawszy, niektórzy blogerzy nadal uważają media społecznościowe za stratę czasu. Biorąc pod uwagę czas i energię, wielu blogerów spędza wysiłki, aby zbudować profil w najnowszej sieci społecznościowej może wydawać się, że te media są czasochłonne. Jak każdy kanał komunikacji, naprawdę powinieneś ocenić, czy czytelnicy twojego bloga korzystają z danej sieci, zanim zaczniesz budować tam swoją obecność.

Właśnie na tym polega dzisiejsze zadanie: logiczne, przemyślane podejście do obecności bloga w mediach społecznościowych. Niezależnie od tego, czy masz już obecność w danej sieci, to zadanie powinno pomóc ci myśleć bardziej strategicznie o swoich wysiłkach.

Jeśli nie masz swojego bloga w mediach społecznościowych, to świetnie - zaczynasz to zadanie od zera. Jeśli Twój blog jest obecny w mediach społecznościowych, chciałbym, abyś wziął głęboki oddech, wycofał się z pracy wykonanej w tej sieci i dystansował się na chwilę od dowolnej sieci. Teraz, rozważając dowolny kanał komunikacji, musisz wziąć pod uwagę dwie rzeczy: odbiorców i markę.

Z jakiej sieci korzystają Twoi odbiorcy?

Kluczowe pytanie, które chcesz zadać swoim odbiorcom, brzmi: „Z jakich sieci społecznościowych korzystają?" Najlepszym sposobem na rozpoczęcie odpowiedzi na to pytanie może być zapytanie czytelników - być może w poście, ankiecie lub e-mailu. Choć wydaje się to proste, możesz być zaskoczony otrzymanymi odpowiedziami.

Która sieć najlepiej pasuje do Twojej marki?

Kolejne pytanie, które zadasz, brzmi: „Która sieć pasuje do mojej marki?" Niektóre sieci po prostu nie pasują do niektórych marek. Na przykład mój blog z poradami na Twitterze, Twitip.com, nie ma strony na Facebooku. Facebook nie jest miejscem na blogu o Twitterze, prawda? Logicznie rzecz biorąc, nie da się. Wybór sieci może nie być tak jednoznaczny dla Twojego bloga, ale nadal dobrze jest zastanowić się, która sieć najlepiej pasuje do Twojej marki.

Gdzie jest okazja Na koniec możesz połączyć te dwa czynniki, aby określić, gdzie według Ciebie najlepiej spędzić czas, biorąc pod uwagę wielkość rynku, do którego będziesz mógł dotrzeć za pośrednictwem mediów społecznościowych.

Nie mówię o wielkości samych sieci społecznościowych, ale o tym, że więcej osób takich jak twoi obecni czytelnicy blogów spędzają czas. Wyszukiwanie słów kluczowych i wyrażeń na blogu w sieci społecznościowej pomoże Ci dowiedzieć się, kto jeszcze działa w tej sieci oraz ilu ich obserwujących i fanów.

To powinno dać ci jakąś wskazówkę, jak silna jest publiczność dla twojego tematu w tej sieci - i jaka jest konkurencja. Osobiście uważam, że pierwsza kwestia jest ważniejsza niż druga, ponieważ „konkurenci" często stają się sojusznikami w mediach społecznościowych,

ponowne publikowanie aktualizacji i zaangażowanie z Tobą w pozytywny sposób. W tym duchu spróbuj sprawdzić blogi swoich „konkurentów", aby zobaczyć, w których sieciach społecznościowych są aktywni. Możesz także przejrzeć aktywność mediów społecznościowych innych firm lub operatorów w twoim kraju, miejsca, które nie są bezpośrednimi blogerami konkurencji. W końcu media

społecznościowe to świetny sposób na kontakt z rówieśnikami, reklamodawcami, mentorami i innymi osobami, z którymi możesz współpracować, aby pomóc w rozwoju swojego bloga. Odpowiedzi na te pytania powinny pomóc ci wyjaśnić, które sieci społecznościowe - lub sieci - będą dobrym miejscem do budowania zaangażowania społeczności i profluna swoim blogu.

WSKAZÓWKA: zastosuj to podejście w innym miejscu, przez który właśnie przeszliśmy, może być również zastosowane do innych usług online, takich jak witryny z zakładkami społecznościowymi, różne fora lub społeczności, do których chcesz dołączyć, i tak dalej.

Myślę, że jedną rzeczą, która jest trudna dla większości ludzi, na którą zezwala w swojej strategii mediów społecznościowych, jest fakt, że dla wielu z nas media społecznościowe są zabawne. Kiedy myślisz o innych kanałach, z których korzystamy do komunikowania się z czytelnikami - e-mailu, reklamach, postach gości - media społecznościowe są tak zabawne, jak tylko mogą. Oczywiście używamy naszych blogów do komunikacji, ale tam, gdzie codzienne zadania pisania postów, odpowiadania na komentarze i tak dalej mogą być zniechęcające, zaangażowanie w mediach społecznościowych w czasie rzeczywistym wydaje się zachowywać dobrą zabawę. Tak więc uczestnictwo w mediach społecznościowych zaspokaja wiele potrzeb wielu blogerów. Z tego samego powodu fakt, że jest fajny i przekonujemy się, że używamy go do tworzenia naszych blogów, pozwala nam spędzać więcej czasu w mediach społecznościowych, niż jest to naprawdę konstruktywne. Możemy nawet wykorzystać to jako pretekst do zaniedbania innych rzeczy, które powinniśmy robić, aby rozwijać nasze blogi. Przyjęcie bardziej strategicznego podejścia do wybierania mediów społecznościowych, takiego jak to, które tu nakreśliłem, powinno pomóc ci w kontrolowaniu tego rodzaju marnowania czasu i silnym skupieniu się na celach w sieciach społecznościowych

Krok 9 : Dołącz do forum i zacznij brać udział

Jednym z pytań, które zawsze zadaję nowym blogerom, jeśli chodzi o szukanie czytelników na swoim blogu, jest: Gdzie potencjalni czytelnicy zbierają się już online? Jedno z miejsc, które polecam , szukając tych potencjalnych czytelników na forach dotyczących tematów związanych z ich blogami. Fora to fantastyczne miejsca dla blogerów aby uczestniczyć, ponieważ zapewniają one szereg możliwości:

1. Budowanie profilu: poświęć czas na duże forum na swój temat, a będziesz mógł zbudować znaczący profil w swojej niszy. Zdarza się to wiele razy - blogerzy dostarczyli wartość i pochwalili się swoją wiedzą… w trakcie tego procesu udało im się zdobyć fanów wśród użytkowników forum.

2. Kierowanie ruchem: Twórz wartość i stań się użytecznym zasobem na forum, a ludzie będą chcieli dowiedzieć się więcej o tym, kim jesteś i co robisz. Czasami będziesz mieć również możliwość udostępnienia odpowiednich linków do rzeczy, które napisałeś za pośrednictwem podpisu na forum lub strony profilowej

3. Zrozumienie swojej niszy: ukrytą zaletą dołączenia do mało znanego forum jest to, że może zapewnić żyzny grunt do zbierania pomysłów i zrozumienia potrzeb potencjalnych czytelników blogów. Wejdź na dowolne forum, a zobaczysz, że te same pytania są zwykle zadawane w kółko. Te pytania w rzeczywistości denerwują niektórych zwykłych członków forum, ale jako bloger powinieneś zanotować takie pytania i napisać posty, które na nie odpowiedzą. W końcu zwykle sygnalizują problem lub potrzebę potencjalnych czytelników na te tematy. Wiem, że jeśli kiedykolwiek będę potrzebować tematu do pisania na blogach, fora to jedno z pierwszych miejsc, w których szukam inspiracji

Twoim zadaniem dzisiaj jest dołączenie do forum związanego z tematem Twojego bloga. Jeśli już do niego dołączyłeś, poświęć 10–15 minut na udział w dyskusjach. Kluczem do cennego uczestnictwa w forum jest spędzanie czasu, aby być jak najbardziej użytecznym dla tamtejszych ludzi. Twoim głównym zajęciem nie powinno być pozostawianie linków do swojego bloga wszędzie. Zamiast tego skup się na odpowiadaniu na pytania, nawiązywaniu kontaktów i generalnie byciu tak użytecznym, jak tylko możesz, dla innych członków forum.

Uwaga: Szukaj dalej Jeśli nie możesz znaleźć forum na określony temat, poszukaj go na powiązany temat. Jeśli w ogóle nie możesz znaleźć, być może jest to sygnał, że w pewnym momencie powinieneś zacząć. Fora mogą być świetnymi dodatkami do blogów.

W przeglądarce mam folder zakładek o nazwie Fora, który zawiera wszystkie fora, z którymi mam konto. Codziennie przeznaczam od 15 do 30 minut na interakcje na forach. Kiedy nadejdzie ten czas, po prostu klikam prawym przyciskiem myszy folder forum i wybieram „Otwórz wszystko w kartach”, co otwiera wszystkie fora, które dodałem do zakładek na osobnych kartach. Następnie szybko poruszam się po forach, szukając okazji do szybkiego udzielania odpowiedzi na pytania lub udzielania wskazówek. Niektóre fora pozwalają także na subskrybowanie wątków konwersacji za pośrednictwem RSS. Jeśli naprawdę chcesz być na bieżąco z rozmowami na forum, subskrybowanie kluczowych wątków może być świetnym pomysłem - w ten sposób usłyszysz o wszelkich nowościach na forum, a także będziesz na bieżąco z dyskusjami, które już się odbywają.

Krok 10: Ustaw alerty, aby monitorować, co dzieje się w Twojej niszy

Przyjaciele, rodzina i czytelnicy często pytają mnie, jak spędzam czas w ciągu przeciętnego dnia blogowania. Często są zdziwieni, gdy słyszę, że choć zdecydowanie piszę dość dużo, istnieje wiele innych działań, które skupiają się na moim skupieniu. Te ważne czynności, nad którymi spędzam dużo czasu jako bloger, obejmują oglądanie, monitorowanie, czytanie i słuchanie tego, co inni piszą lub mówią na swoich blogach i kontach w mediach społecznościowych

Powody, dla których należy zdawać sobie sprawę z tego, o czym mówią inni w twojej niszy

Istnieje wiele powodów, dla których blogerzy monitorują wypowiedzi innych blogów i wiadomości na ich temat. Obejmują one:

1. Pomysły na posty: Jednym z głównych wyzwań, z którymi spotykają się blogerzy w różnym czasie, jest brak tematów do blogowania. Śledzenie tego, o czym piszą inni, zapewnia niemal nieograniczoną liczbę pomysłów. Pomaga także w utrzymywaniu aktualności postów, ponieważ wiesz, co dzieje się w Twojej niszy w danym momencie.

2. Świadomość najświeższych wiadomości: Ten punkt jest bardziej odpowiedni dla niektórych nisz niż dla innych, ale w wielu przypadkach wiedza o tym, kiedy dzieje się historia w Twojej branży, może być bardzo ważna. Nieświadomość takich historii może sprawić, że Twój blog będzie wydawał się niedostępny dla czytelników, którzy chcą poznać najnowsze wiadomości

3. Budowanie profilu i budowanie postrzeganej wiedzy specjalistycznej: blogerzy, którzy są oczywiście świadomi tego, co dzieje się w ich niszy, są często postrzegani jako eksperci i autorytety w swojej branży. Znam wielu blogerów i użytkowników Twittera, którzy stworzyli profile dla siebie, po prostu trzymając swoje palce na pulsie swojej niszy i łącząc się z interesującymi, przydatnymi treściami na innych stronach.

4. Praca w sieci: korzystanie z niektórych narzędzi ostrzegania, które omówimy za chwilę, pozwoli Ci dowiedzieć się, kto mówi o problemach istotnych dla Twojej niszy w krótkim czasie. Umożliwia to nawiązywanie połączeń i budowanie relacji z tymi ludźmi.

5. Zarządzanie swoją reputacją: wiedza, kiedy inni mówią o tobie, twojej firmie, twoich markach i blogu jest cenna. Ta wiedza pozwala budować relacje z tymi, którzy mówią o tobie pozytywne rzeczy, i zarządzać wszelkimi negatywnymi rozmowami

Twoim zadaniem jest skonfigurowanie alertów i list obserwacyjnych dla niszy Twojego bloga. Istnieje wiele usług, które pomogą Ci śledzić, co piszą ludzie. Z przyjemnością zasugeruję tym, których używasz, gdy informujesz nas o swoich postępach w realizacji tego zadania za pośrednictwem mediów społecznościowych (patrz Interakcja poniżej), ale oto dwa, z których najczęściej korzystam:

1. Wiadomości Google i alerty blogowe: alerty Google wyświetlają wszelkie wzmianki o słowach kluczowych w źródłach wiadomości (na przykład w gazetach), na blogach, w filmach, w Internecie, a nawet w Grupach dyskusyjnych Google. Możesz otrzymywać powiadomienia o określonych kategoriach lub wszystkich, i masz możliwość otrzymywania powiadomień przez e-mail lub kanały RSS w różnych odstępach czasu

2. Alerty na Twitterze: Istnieje niezliczona ilość narzędzi, które pomogą Ci monitorować wypowiedzi na Twitterze. Niektóre są wbudowane w klientów Twittera (na przykład TweetDeck ma świetny), ale inne obejmują Monitter (pozwala na żywo na monitorowanie, ale daje również kanał RSS dla słów), twendz, wyszukiwanie na Twitterze (możesz skonfigurować kanał RSS dla dowolnego słowa kluczowego) i

Twitter Hawk (płatna usługa, która pozwala nie tylko monitorować, ale odpowiadać na tweety na słowa kluczowe) .

Jak wspomniałem powyżej, istnieje wiele narzędzi do wykonywania tego rodzaju monitorowania. Kluczem do sukcesu jest znalezienie jednego lub dwóch stóp w swoim stylu i rytmie blogowania oraz regularne sprawdzanie ich. Jakie typy alertów należy skonfigurować? Pozwól, że przedstawię kilka rodzajów alertów, które możesz ustawiać. Z tych dwóch najczęściej korzystam:

1. Słowa branżowe: są to słowa odnoszące się do niszy Twojego bloga. Na przykład, jeśli blogujesz o branży ślubnej, to ty może chcieć monitorować terminy takie jak „suknia ślubna". Jeśli piszesz na blogu o Britney Spears, będziesz chciał obserwować użycie jej imienia. Chodzi o to, aby znaleźć słowa kluczowe, które będą wskazywać, kiedy historie rozpadają się w twojej branży, ale nie przytłaczają cię wynikami.

2. Alerty dotyczące próżności: są to słowa kluczowe, które są szczególnie istotne dla Ciebie. Obejmują one Twoje imię i nazwisko, nazwę bloga, nazwę firmy, nazwy marki, a nawet adresy URL.

Ostrzeżenie: Monitoruj z umiarem Pozwól mi wykończyć słowem ostrzeżenia. Nie miej obsesji na punkcie monitorowania tego, co mówią inni. Chociaż uważam, że możesz znacznie ulepszyć swojego bloga, jeśli wiesz, co robią inni w Twojej niszy, monitorowanie może stać się rozproszeniem - jeśli nie obsesją. Kluczem do wszystkich zadań związanych z blogowaniem jest podejmowanie ich w zrównoważony sposób. Ustaw kilka alertów już dziś i miej je na oku. Ale nie zapomnij sam napisać: nie patrz tylko, co piszą inni

Dzisiejsze notatki

Konfigurowanie alertów jest dość proste. Oto co robisz:

1. Wymień słowa kluczowe odpowiednie dla mojego bloga. Niektóre słowa, które użyłeś na boisku windy z naszego zadania w Dniu nr 1, mogą zadziałać.

2. Po utworzeniu listy zaczynam wpisywać je w narzędziu alertów, którego używam, aby zorientować się w wynikach. Jeśli nie masz pewności, którego narzędzia alertów użyć, zacznij od alertów Google.

3. Czasami znalezienie odpowiedniego słowa kluczowego wymaga czasu, ponieważ niektóre słowa nie zwracają wyników, a inne zwracają więcej, niż można realistycznie monitorować. Próbuj dalej!

4. Zasadniczo pozwalam, aby alert działał przez tydzień, zanim zdecyduję, czy nadal działać. W ten sposób mogę zobaczyć liczbę ostrzeżeń, które otrzymam, i ocenić, jak pomocne mogą być.

Krok 11 : Wymyśl 10 pomysłów na posty

Czy kiedykolwiek zabrakło Ci rzeczy do rozmowy na swoim blogu? Jeśli Twoja odpowiedź brzmi „tak", nie jesteś sam. Jedno z największych wyzwań, przed którymi stoją blogerzy z blogami, które istnieją już od kilku miesięcy, regularnie pojawiają się nowe treści. Dzisiaj Twoim zadaniem jest ukończenie ćwiczenia, które określi zakres tematów postów, z których możesz skorzystać, gdy utkniesz w pomyśle na post w przyszłości. Kluczem do tego procesu nie jest zmuszanie się do wymyślania zupełnie nowych i nieoczekiwanych pomysłów na każdy napisany post. Zamiast tego proces ten wykorzystuje to, co ostatnio napisałeś na swoim blogu, i pomaga znaleźć sposoby na rozszerzenie tych pomysłów. Piękno tego podejścia polega na tym, że w końcu budujesz poczucie rozpędu na swoim blogu, w którym Twoje posty bazują i odnoszą się do tego co napisałeś wcześniej, a nie tylko pisząc zbiór postów, które nie rosną w żadnym kierunku.

Wymyśl listę co najmniej dziesięciu przyszłych tematów do napisania. Możesz to zrobić dość łatwo za pomocą mapowania myśli. Przejdźmy teraz przez ten proces.

1. Konfiguracja

Weź tablicę, kawałek papieru, notatnik, komputer lub coś innego do pisania. Dostępne są również różne narzędzia do mapowania myśli i opcje oprogramowania, ale znajduję pióro i papier. Teraz narysuj pięć kółek na środku strony. W każdym kręgu napisz tytuły ostatnich pięciu wpisów na swoim blogu, tak jak zrobiłem poniżej. Pamiętaj, że jeśli chcesz to zrobić bardziej kompleksowo, możesz wrócić dalej i zrobić to z większą liczbą postów

2. Rozszerz swoje poprzednie posty

Teraz weź każdy post po kolei i poświęć kilka minut na burzę mózgów, aby go przedłużyć. Większość pisanych postów będzie mogła być rozszerzana w dowolnej liczbie kierunków. Oto kilka przykładów:

• wybranie pytania lub pomysłu, które czytelnik zadał w komentarzach do tego postu

• badanie przeciwnego punktu widzenia od postu

• przyjmowanie wiadomości i pisanie na ten temat opinii

• objęcie stanowiska teoretycznego i napisanie pracy, która pomoże ludziom wdrożyć teorię

• rozwijanie pomysłów, które przelotnie omijałem w poprzednim poście.

Można by wymieniać dalej ... Naprawdę, to zadanie polega na znalezieniu sposobów na zdobycie pomysłów z poprzedniego postu i rozwinięcie ich. Dla każdego pomysłu narysuj linię z koła, narysuj kwadrat (lub użyj innego koloru) i napisz pomysł w środku. W tym momencie kluczem jest pozwolenie sobie na kreatywność i gotowość do działania, jak tylko chcesz. Każdy pomysł jest dozwolony.

Pozwól, że wezmę mój starszy post (Dlaczego warto korzystać z AdSense na swoim blogu) i pokażę Ci, jak to może działać: W tym momencie mam siedem potencjalnych nowych postów do napisania, które dotyczą mojego oryginalnego. Spotkanie z nimi zajęło mi od dwóch do trzech minut, ale gdybym to robił poważnie, dałbym mu więcej czasu i wymyśliłem około 20 postów. Pomysły te są logicznym krokiem dla czytelników chcących zgłębić ten temat, niektóre oparte na rzeczywistych pytaniach czytelników. Zrób to z pozostałymi czterema wpisami, które napisałeś, a będziesz miał mnóstwo pomysłów na nowe posty do omówienia w nadchodzącym tygodniu lub dwóch.

3. Rozszerz dalej

Możesz zatrzymać ćwiczenie w tym momencie, jeśli uważasz, że masz wystarczająco dużo tematów, aby kontynuować. Jednakże, gdy jesteś w burzy mózgów, dlaczego nie pójść o krok dalej i nie zastanowić się, jak rozwinąć tematy, które wymyśliłeś? Piękno myślenia o dalszych krokach polega na tym, że możesz szybko wymyślić kolejne 10 postów i zaplanować kolejne tygodnie blogowania. Zróbmy to teraz z poniższym postem, dla zabawy.

Widzisz, że niektóre posty były łatwiejsze do rozszerzenia niż inne. To jest w porządku - nie każdy post wymaga dalszych działań, ale niektóre będą miały wiele możliwości, a niektóre nadadzą się do tworzenia dłuższej serii postów. Kluczem do sukcesu jest uwolnienie kreatywności, ponieważ może poprowadzić Cię w cudownych kierunkach. Następnie, po zakończeniu burzy mózgów, bądź bezwzględny w wyrzucaniu pomysłów, które nie dodają znacząco do Twojego bloga

Pamiętaj: wszystko, co publikujesz na swoim blogu, zwiększa lub odbiera postrzeganą wartość Twojego bloga. Nie wszystko, co wymyślisz, powinno przejść na pierwszą stronę bloga.

W tym momencie Twoja lista prawdopodobnie nie będzie zawierać znacznie więcej niż tematów lub tytułów Twoich postów. Jeśli czujesz się zainspirowany, możesz wybrać jedną z nich, aby zacząć formować prawdziwy post, ale nie musisz jeszcze tego robić. Jutro przyjrzymy się liście tematów i pomożemy Ci przejść do następnego kroku, tworząc kalendarz redakcyjny na następny tydzień blogowania.

Wskazówka: Inne podejście do nowszych blogów, jeśli twój jest bardzo nowym blogiem, możesz mieć tylko kilka postów w swoich archiwach, na których możesz oprzeć to ćwiczenie mapowania myśli. w takim przypadku zastosuj tę samą zasadę, ale zamiast sprawić, by pięć kręgów początkowych odwoływało się do poprzednich postów, użyj ich do nazwania kategorii informacji, które może obejmować Twój blog. Na przykład, jeśli Twój blog dotyczy osobistych osiągnięć, możesz sprawić, by kręgi początkowe odzwierciedlały podtematy tego nadrzędnego tematu: na przykład budżetowanie, oszczędzanie, inwestowanie, kredyt i kariera. po uzyskaniu kategorii lub podtematów możesz przejść do ćwiczenia w kroku drugim, rozszerzając te podtematy na pomysły lub tematy w postach w podtemacie

Proces, który tu opisałem, jest tym, który staram się wykonywać co najmniej raz w miesiącu. Na początku każdego miesiąca poświęcam czas na burzę mózgów na jak najwięcej tematów. W ramach tego procesu używam innych metod oprócz mapowania myśli. Prowadzę również listę pytań, które otrzymuję od czytelników za pośrednictwem wiadomości e-mail lub komentarzy, a także obserwuję, o czym piszą inni ludzie w mojej niszy. Na koniec mam dokument tekstowy Pomysły na pulpicie komputera, w którym ciągle piszę pomysły na posty. W ten sposób mogę w jednej chwili znaleźć temat, który mógłby napisać na ten temat dla moich odbiorców.

Krok 12 : Opracuj kalendarz redakcyjny dla swojego bloga

Wczoraj Twoim zadaniem było wymienienie listy co najmniej 10 pomysłów na posta dla Twojego bloga. Chodziło o to, aby poświęcić czas na wymyślanie pomysłów, zanim będziesz potrzebować postów. Robienie tego zwalnia cię od presji codziennej burzy mózgów pomysłów: zamiast tego możesz skupić się na pisaniu. Dzisiejszym zadaniem jest pobranie utworzonej listy z wczoraj i zaplanowanie harmonogram publikowania (lub kalendarz redakcyjny) na przyszły tydzień. Staram się robić to co tydzień dla każdego z moich blogów, zwykle w niedzielę wieczorem lub w poniedziałek rano.

Dzisiejszym zadaniem jest opracowanie harmonogramu publikacji lub kalendarza redakcyjnego. Jeśli masz już taki, fantastyczny - teraz może być dobry moment na jego przejrzenie i dodanie pomysłów na posty, które stworzyłeś wczoraj. Jeśli nie masz jeszcze harmonogramu publikacji lub kalendarza redakcyjnego, oto jak utworzyłem swój. Jak opracować tygodniowy kalendarz redakcyjny

1. Oblicz, ile postów chcesz opublikować w nadchodzącym tygodniu na swoim blogu.

2. Skonfiguruj arkusz kalkulacyjny lub dokument Word z tabelą zawierającą miejsce dla każdego postu, a także datę i godzinę, kiedy post musi zostać opublikowany na Twoim blogu.

3. Weź listę pomysłów, które wczoraj przeprowadziłeś burzę mózgów, i umieść je w pustych miejscach w tabeli. Robiąc to, często mam nowe pomysły na posty, które mogą stanowić dobrą kontynuację tych, które planuję. Te też umieszczam w harmonogramie.

4. Dla każdego wpisu, w którym się wpiszesz, napisz zdanie lub dwa o tym, o co chodzi (abyś mógł pamiętać w późniejszym tygodniu). W tym momencie często poświęcam chwilę lub dwie na burzę mózgów niektórych głównych punktów dotyczących tego postu. Jeśli pojawią się jakieś przykłady, ilustracje, zdjęcia lub pokrewne posty, które wcześniej napisałem, też je odnotowuję.

Powiem w tym momencie, że plan, który tworzę w ramach tego procesu, nie zawsze jest odzwierciedlony w sposobie, w jaki faktycznie wdrażam posty. Mój styl blogowania jest nieco bardziej płynny i mam tendencję do dodawania nowych postów do miksu, zmieniania kolejności postów i przedłużania pojedynczych postów do serii w miarę upływu dni. Jednak wykonanie tego ćwiczenia jest fantastyczne, ponieważ oznacza, że mam tydzień na publikowanie pomysłów na wyciągnięcie ręki. Oznacza to również, że mam pomysły, które mogę wykorzystać, pisząc każdy post w moim planie; daje mi to przewagę w pisaniu i oznacza, że zwykle mogę zacząć od pracy w dniach, w których muszę pisać posty.

Kolejny pomysł kalendarza redakcyjnego do rozważenia

Innym sposobem, w jaki niektórzy blogerzy podchodzą do kalendarzy redakcyjnych, jest wymyślanie „tygodniowego rytmu" postów na swoim blogu. Mówiąc prościej, przypisują inny typ postu na każdy dzień tygodnia i trzymają się tego rytmu w dłuższej perspektywie. Na przykład poniedziałki mogą być dniem pocztowym z listą, wtorki mogą być dniem pocztowym z linkiem, środy mogą być dniem opinii / opinii, czwartki mogą być dniem przeglądu i tak dalej. Bloger zna styl postów na każdy dzień i po prostu musi grać w tematach pasujących do każdego stylu.

WSKAZÓWKA: Wtyczka kalendarza redakcyjnego. Jeśli Twój blog korzysta z WordPress, dlaczego nie wypróbować wtyczki kalendarza redakcyjnego? Wielu czytelników Probloggera używa go i poleca.

Opracowanie kalendarza redakcyjnego jest szczególnie przydatne, aby pomóc blogowi zachować równowagę na różne sposoby:

• temat: Czasami, gdy wykonuję to ćwiczenie, zdaję sobie sprawę, że mój blog stał się trochę jednowymiarowy, zawsze koncentrując się na określonym aspekcie niszy mojego bloga. Opracowanie kalendarza redakcyjnego pomaga mi skupić się na różnych tematach, które są istotne dla moich czytelników.

• styl pisania: jedną rzeczą, którą wielu blogerów robi dobrze, jest pisanie różnego rodzaju postów. Wrzucają recenzję, rant, poradnik lub samouczek, post z listy, wywiad lub humorystyczny kawałek. Planowanie tych publikacji w kalendarzu redakcyjnym może pomóc w zróżnicowaniu stylu głosu, w którym piszesz, nie powodując, że Twój blog wydaje się zbyt rozdrobniony.

Krok 13 : Wybierz się do centrum handlowego i ulepsz swojego bloga

Dzisiaj idziemy na zakupy! Wiem, co prawdopodobnie myślisz: „Co? Ten koleś ProBlogger oszalał! Co zakupy mają wspólnego z blogowaniem? ” Pozostań ze mną przez sekundę i pozwól mi wyjaśnić. Chcę zachęcić cię do zakupów z dwóch powodów:

1. Odsunie Cię to na chwilę od bloga. Rozmawiałem ostatnio z innym blogerem i obaj przyznaliśmy, że tak byłam w naszym PJ przez cały dzień na blogu (dla mnie była to godzina szesnasta). Oboje zdaliśmy sobie sprawę, że musimy wyjść bardziej. Smutne ale prawdziwe!

2. Da ci szansę wykonania kilku ćwiczeń obserwacyjnych, które mogą pomóc w blogowaniu. To główny powód dzisiejszych wydarzeń zadanie. Opiera się na doświadczeniu, które miałem dzisiaj w lokalnym centrum handlowym lub centrum handlowym).

Chodźmy na zakupy!

1. Odsuń się od komputera. Daj spokój, możesz to zrobić!

2. Chwyć notatnik i długopis. Czy je pamiętasz? Są to te, których używałeś przed zaangażowaniem się w podstawową formę komunikacji jak pisanie na maszynie.

3. Udaj się do lokalnego centrum handlowego lub pasażu handlowego. Przeprosiny dla mieszkańców obszarów wiejskich; to może, ale nie musi działać w twoim lokalnym sklepie.

4. Gdy już tam będziesz, poświęć około 30 minut na wędrówkę bez innego planu niż obserwowanie:

• Kto tam? Z kim oni są?

• Co oni robią?

• Co kupują? Jakie produkty są obecnie szczególnie poszukiwane?

• Jak podejmują decyzje o zakupie?

• Co robią detaliści, aby przyciągnąć uwagę ludzi i się wyróżnić?

• Z jakich wiadomości korzystają w marketingu?

• Jakie kolory lub techniki projektowania są obecnie popularne?

• Co jeszcze jest w modzie?

• Z jakich technik sprzedaży korzystają pracownicy działu sprzedaży?

• Co radzą sobie sklepy detaliczne? Co robią źle?

5. Podczas oglądania zrób notatki. Nie próbuj znaleźć żadnych lekcji ani próbować przywiązywać czegokolwiek jeszcze do swojego bloga.

6. Po spędzeniu około pół godziny w trybie obserwacyjnym znajdź miejsce na kawę i przejrzyj to, co zauważyłeś. Sprawdź, czy są jakieś lekcje, które możesz zastosować na swoim blogu.

Ten proces może wydawać się trochę przypadkowy i bezcelowy, ale robiłem to wielokrotnie w ciągu ostatnich kilku lat i za każdym razem wpadam na co najmniej jeden nowy pomysł na zastosowanie w blogowaniu.

Niektóre pomysły, które zyskałem podczas wizyty w centrum handlowym, pochodzą bezpośrednio z tego, co widziałem w swoich działaniach marketingowych. Na przykład ostatnio widziałem sklep z

techniką przykuwającą uwagę, którą chcę zastosować na swoim blogu, aby jak najbardziej zwrócić uwagę czytelników na ważne elementy na stronie. Nauczyłem się również wiele o ludziach i ich działaniu, a raz lub dwa razy widziałem ilustracje, których można używać do postów, a nawet pomysły na nowe tematy na blogach. Zauważyłem nawet trend, który dał mi pomysł na zupełnie nowego bloga! Centra handlowe są świetne, ponieważ są miejscami, w których marketerzy stosują wszelkiego rodzaju strategie, z których można uczyć się. Ale jeśli w Twoim mieście nie ma centrum handlowego lub nie możesz do niego dotrzeć, spróbuj udać się w inne miejsce, w którym gromadzą się ludzie. Czego możesz się nauczyć od:

• spaceru po mieście lub pasie zakupów

• 30 minut oglądania telewizji (wypróbuj kanał taki jak kanał zakupów)

• Twojej lokalnej biblioteki

• Lokalnej miejscowości turystyczna?

Lekcje blogowania są dla nas dostępne w wielu aspektach życia. Na przykład spójrz na to, czego nauczyłem się po obejrzeniu sprzedawcy parasolki w deszczowy dzień kilka lat temu.

Krok 14 : Zaktualizuj kluczową stronę na swoim blogu

Jakie są najważniejsze strony na Twoim blogu? Które są najcenniejsze? To interesujące pytanie, nad którym warto się zastanowić ... poświęć teraz kilka minut na zastanowienie się nad tym. Usiadłem i zadałem sobie to pytanie wcześniej w tym tygodniu i na swoich blogach zidentyfikowałem około dziesięciu stron, które z tego czy innego powodu są ważniejsze od innych. Chociaż każda strona w blogu jest ważna, niektóre strony mają większą moc niż inne w pomaganiu w osiągnięciu celów blogera. Niektóre z tych ważnych stron wymagają od czasu do czasu aktualizacji.

Więc dzisiaj Twoim zadaniem jest spędzenie czasu na identyfikowaniu kluczowych postów i stron na swoim blogu oraz przekazywanie im aktualizacji. Przejrzyjmy kilka z tych stron i zastanówmy się, w jaki sposób mogą potrzebować aktualizacji. twoja strona główna To dość oczywista. Większość blogów ma większy ruch do strony głównej swojego bloga niż jakikolwiek inny. I to na tej stronie głównej ludzie, którzy lądują na moich starych postach, często przechodzą obok, aby zobaczyć, o czym jest ta strona. zaktualizuj ją: Możesz zaktualizować stronę główną swojego bloga na różne sposoby, od kompletnych przeróbek po drobne poprawki. Przeróbka / remont końca spektrum jest nieco poza zakresem tego wyzwania, więc proponuję kilka mniejszych pomysłów:

1. Pierwsze wrażenia: Jakie pierwsze wrażenie robi na nowym czytelnik, gdy dotrze na twoją stronę główną? Czy wiedzą od razu, o czym jest Twój blog? Czy tagi tytułowe, nagłówek i slogan blogu silnie informują o tym, o czym jest Twój blog? Czy ich oczy przyciągają jeden ważny element, czy też strona jest zagracona?

2. Pasek boczny: większość blogów ma pasek boczny na każdej stronie, ale prawdopodobnie przeglądano go częściej na stronie głównej niż na jakiejkolwiek innej. Z czasem paski boczne są zapchane mnóstwem przycisków i linków; być może nadszedł czas na wiosenne porządki, których celem jest pozostawienie tylko przydatnych i ważnych informacji.

3. Nagłówki i logo: Jednym ze sposobów na odświeżenie strony głównej (a także innych stron w blogu) bez konieczności pełnego przeprojektowania jest opracowanie nowego logo lub nagłówka na swoim blogu. Nie należy się do tego rzucać, ale być może dzisiaj jest dzień, aby zacząć myśleć o nowym wyglądzie swojego bloga.

4. Cele witryny i wezwania do działania: Jednym z ważnych pytań, które należy zadać, gdy patrzysz na stronę główną bloga, jest: jakie są Twoje cele? Co chcesz, aby ludzie robili, gdy pojawią się na Twoim blogu po raz pierwszy (pamiętając, że Twoja strona główna jest logicznym miejscem do odwiedzenia nowych osób)? Czy chcesz, aby ludzie subskrybowali kanał RSS lub biuletyn, klikali reklamy, mówili znajomym, byli kierowani najlepszymi treściami, kupowali produkty lub słyszeli Twoją historię? Co chcesz żeby zrobili? Po określeniu głównego celu możesz umieścić wezwanie do działania w doskonałej lokalizacji na stronie głównej bloga.

Twoja strona z informacjami

Strona Informacje na blogu może generować mniejszy ruch niż inne, ale może być bardzo wpływowa, więc warto ją rozwinąć. Kto może przeczytać stronę Informacje? Nie trzeba geniuszu, by zorientować się, że osoby czytające Twoją stronę Informacje mogą znajdować się w trybie dochodzenia. Podejrzewam, że osoby klikające linki Informacje będą:

• Czytelnikami po raz pierwszy , którzy chcą wiedzieć, czy ta strona jest dla nich

• Potencjalni partnerzy, reklamodawcy, współpracownicy, dziennikarze, PR i inni blogerzy, którzy chcą wiedzieć, czy powinni poświęcić czas na budowanie relacji z Tobą.

Jest oczywiste, że prawdopodobnie zechcesz aktualizować tę stronę i zastanowić się, jak wzywać ludzi do działania. Prawdopodobnie dwa największe błędy, które możesz popełnić, jeśli chodzi o stronę Informacje, to:

1. Nie mieć takiej

2. Pozostawić domyślną stronę Informacje, którą pakiet blogów automatycznie dla Ciebie konfiguruje.

Twoje strony docelowe

Strony docelowe są zwykle ważne dla każdego blogera, bez względu na to, czy jego odwiedzający pochodzą z utworzonej przez Ciebie reklamy, Twittera lub Facebooka, czy z uruchomionego programu partnerskiego. Gdy rozwijamy nasze promocje i nasze marki, prawdopodobnie będziemy musieli wprowadzić poprawki na naszych stronach docelowych, aby upewnić się, że są one zgodne z konsekwentnym przekazem brandingowym, który prezentujemy gdzie indziej. Oczywiście Twoje strony docelowe muszą służyć konkretnemu celowi - i to prawdopodobnie będzie się różnić w zależności od tego, którą stronę docelową oglądasz. Upewnij się więc, że szukając nieaktualnych i niespójnych informacji, niedziałających linków i innych elementów, które nie odzwierciedlają najlepszych praktyk dotyczących strony docelowej, masz cel strony i użytkowników, którzy tam dotrą, w umysł przez cały czas.

Twoja strona kontaktowa

Kiedy pierwszy raz uruchomiłem wyzwanie 31DBBB na ProBlogger, dostałem wiadomość od uczestnika o nazwie becki, który napisał: „Przeczytałem wszystkie ponad 700 komentarzy do postu z dnia 2 i szukałem osób, które mają blogi w podobnej niszowej formie do mnie. Miałem nadzieję, że będę mieć link na ich stronie i współpracować w jakiś sposób, ale jestem zdumiony, że większość nie ma metody bezpośredniego kontaktu z autorem. Becki aktywnie chciała dotrzeć do innych blogerów w swojej niszy, mając nadzieję na współpracę z nimi na wzajemnie korzystne sposoby. Ale ze względu na to, że wielu blogerów nie zapewnia możliwości nawiązania kontaktu, przegapili potencjalnie owocny związek. Czy masz możliwość skontaktowania się na swoim blogu? Jeśli tak, to czy jest aktualne?

Twoje strony o dużym ruchu

Większość blogów, które istnieją już od jakiegoś czasu, ma w swoich archiwach co najmniej garść postów, które generują większą liczbę wyświetleń strony niż inne. Ten ruch może być generowany przez ruch w wyszukiwarce, przez inną witrynę z linkami do tych artykułów, przez serwis społecznościowy upowszechniający stronę i tak dalej. To są ważne strony - są bramami, przez które potencjalnie lojalni czytelnicy wchodzą do Twojego bloga. Problem polega na tym, że wielu z tych nowych gości często zawraca w prawo i ponownie wychodzi. Poświęć dziś trochę czasu na identyfikację odwiedzonych postów na blogu za pomocą programu statystyk blogów. Google Analytics jest tym, którego używam i polecam, ale nawet platforma blogowa, taka jak natywny pakiet statystyk WordPress, powinna ujawnić, które strony są najczęściej odwiedzane. Po zidentyfikowaniu niektórych kluczowych stron upewnij się,że są aktualne i jak najbardziej pomocne dla czytelników. Następnie zastanów się, jak sprawić, by każdy post był trudniejszy. Kilka sugestii:

1. Dodaj sugerowane linki do czytania, które wskazują inne kluczowe posty na blogu.

2. Wstaw zaproszenie do subskrybowania swojego bloga na końcu (lub nawet na początku) posta.

Inne kluczowe strony

Wiele blogów ma inne kluczowe strony, które często trwają miesiące (jeśli nie lata) bez aktualizacji. Należą do nich: Zareklamuj się u nas, Zalecane strony do czytania i Subskrybuj strony. Prawie zawsze warto zaadresować stronę, do której prowadzi link z menu nawigacyjnego, ponieważ będą to linki najczęściej odwiedzane przez użytkowników za pierwszym razem. Dość gadania - i zaktualizuj niektóre strony!

Jedną z sugestii tego ćwiczenia jest próba wejścia w głowę osobie, która po raz pierwszy odwiedza Twojego bloga. W dalszej części tego programu przeprowadzimy pierwszą kontrolę czytelnika, ale w międzyczasie spróbuj znaleźć osobę, która wcześniej nie odwiedzała Twojego bloga, ale może zainteresować Cię omawiany temat. Nie pokazuj im jeszcze swojego bloga (poczekaj do dnia 17) - na razie zapytaj ich, co chcą wiedzieć o Twoim temacie i blogu. Niedawno przeprowadziłem to ćwiczenie z początkującym fotografem - członkiem rodziny, który właśnie kupił aparat cyfrowy. zapytałem się ich

1. Jakie masz pytania dotyczące aparatu?

2. Jaki jest najbardziej mylący aspekt korzystania z aparatu?

3. Gdybyś miał odwiedzić stronę internetową poświęconą fotografii, jakiego rodzaju informacji chciałbyś szukać?

4. Co zwiększyłoby wiarygodność witryny fotograficznej?

W zadawaniu tego typu pytań znalazłem to, że fotograf chciał uzyskać informacje na temat aspektu użytkowania aparatu, których nigdy wcześniej nie omawiałem. Natychmiast napisałem nowy post na ten temat i dodałem link do niego z jednej z moich kluczowych stron. Jak się okazało, wielu innych czytelników miało podobne pytania. Próba dostania się do głowy czytelnika po raz pierwszy może pomóc ci zidentyfikować rodzaje informacji, które mogą ich przekonać, aby wracały do twojego bloga. Może również motywować Cię do aktualizacji tych kluczowych stron, które odwiedzają podczas podejmowania tej decyzji.

Krok 15: Znajdź bloga , kolegi

Chociaż jestem introwertykiem, który jest energetyzowany spędzaniem czasu sam, odkryłem, że moje blogi rosną najszybciej, gdy współpracuję z innymi blogerami. Zacznę od ilustracji, która pokazuje moc współpracy.

Naukowcy odkryli, że gęsi pływające w szyku w stadzie mogą podróżować o około 78% dalej w sesji niż gęsi pływające samotnie. Wspólna praca nad filmem jest korzystna na wiele sposobów:

1. Formacja aerodynamiczna: Formacja V gęsi maksymalizuje energię zużywaną przez ptaki. Gęś z przodu przerywa powietrze tym, którzy za nim lecą, i tworzy strumień poślizgu, w którym są ciągnięte. Ptaki z tyłu pomagają również tym z przodu, ponieważ ruch skrzydeł w górę tworzy prąd, napędzając ich do przodu. Ta relacja push-pull zapewnia wszystkim ptakom w formacji korzystną z pracę innych.

2. Obrotowe przywództwo: nawet z efektem pchania tych, którzy za nim stoją, przedni ptak zużywa najwięcej energii i bardziej się męczy szybciej niż inni. Gęsi o tym wiedzą i instynktownie obracają przywództwo , pozwalając odpocząć zmęczonym ptakom, które zużyły dużo energii, i ciągnąć je przez chwilę, aż do następnego zakrętu.

3. Wypadnięcie ze stada: W wyniku choroby lub urazu ptak czasami zaczyna spadać ze stada, niezdolny do nadążenia. Zamiast pozwalać temu ptakowi latać sam, przynajmniej dwa inne zawsze będą z nim wypływać. To gwarantuje, że ranny ptak będzie broniony i opiekowany, dopóki nie będzie gotowy do wznowienia lotu, i że nie straci korzyści płynących z formacji.

4. Moc trąbienia: Z ziemi formacja V pisklęcia gęsi to piękna rzecz do oglądania. Spokojnie szybują po niebie, wyglądając majestatycznie i spokojnie. Wejdź jednak do fl ocka, a przekonasz się, że to dość hałaśliwy romans: gęsi nieustannie szczekają względem siebie. Istnieje wiele teorii na temat tego trąbienia (mogą dawać sobie nawzajem znać, gdzie się znajdują, więc nie ma kolizji w powietrzu), ale wielu uważa, że pomaga to stworzyć środowisko wzajemnej zachęty. Przypomina mi czasy, kiedy grałem w piłkę nożną w szkole. Przed rozpoczęciem gry wszyscy chłopcy zbierali się w szatni, by zanurzyć się w szaleńczo krzyczących bezsensownych rzeczach na temat tego, co zrobiliby przeciwnikom, klepiąc się po plecach i po prostu tworząc środowisko, w którym myśleliśmy, że mógł podbić świat.

W wyniku tej dynamiki gęsi mogą pokonać niesamowite odległości bez zatrzymywania się na odpoczynek - znacznie dalej, niż gdyby próbowały to zrobić sami.

Zalety współpracy jako blogerów

Zauważyłem, że blogerzy, którzy często pracują razem dłużej w blogosferze, odnoszą większe sukcesy w tworzeniu swoich blogów. Znalezienie innego blogera lub niewielkiej grupy blogerów i zobowiązanie się do wspólnej pracy dla wspólnego dobra swoich blogów oferuje wiele korzyści. Te, które tu wymieniłem, pochodzą z artykułu: Moc współpracy w dzisiejszym blogowym świecie autorstwa Erica i Seana):

1. Uzyskujesz informacje zwrotne na temat postów przed naciśnięciem przycisku Publikuj.

2. Masz osobę, która odpowie, kto rozumie twoją sytuację.

3. Możesz pracować nad projektami razem.

4. Możesz udostępnić link miłości.

5. Możesz udostępniać sobie nawzajem posty za pośrednictwem mediów społecznościowych i innych blogerów.

6. Możesz udostępniać społeczności.

7. Możesz pomóc sobie nawzajem motywować poprzez zachęcanie.

8. Możesz gościć dla siebie posty.

9. Możesz dzielić się swoimi talentami.

10. Do dyspozycji masz dwa razy więcej mocy blogowania.

Dzisiejsze zadanie polega na znalezieniu siebie na blogu. Jak możesz to robić? Najpierw idź i przeczytaj artykuł, jak znaleźć znajomego na blogu, który zawiera świetne porady dotyczące znalezienia znajomego na blogu. Weź również pod uwagę następujące wskazówki, jak nawiązać trwały związek z przyjacielem:

• Zrób to wzajemnie korzystne: tego typu relacje są najlepsze, gdy obie strony zyskują dzięki interakcji. Jest to sytuacja polegająca na dawaniu i przyjmowaniu, więc upewnij się, że obie strony wnoszą wymierny wkład i odnoszą korzyści.

• Próba znalezienia blogera w podobnej niszy: dla niektórych może to być niemożliwe, ale jeśli możesz, spróbuj zbudować relacje z ludźmi w podobnych niszach. Relacje te będą mogły otworzyć przed Tobą wielkie możliwości na wielu poziomach. Jeśli nie możesz znaleźć kogoś w swojej niszy, nie martw się: nadal możesz się wiele nauczyć od innego blogera na inny temat

• Znajdź innych blogerów na swoim poziomie: kiedy sugerowałem ten pomysł w przeszłości, zauważyłem, że wielu blogerów zbliża się do blogerów z listy A. Chociaż nie ma nic złego w budowaniu relacji z bardziej popularnym blogerem, warto znaleźć innego bloga na podobnym etapie rozwoju.

Obaj przejdziecie podobne wyzwania mniej więcej w tym samym czasie, co oznacza, że zrozumiecie, gdzie jest ta druga osoba, i będziecie mieli okazję wspólnie poradzić sobie z tymi wyzwaniami.

• Ulepszaj nawzajem bloga: jeśli zgadzasz się na związek z kumplem, zaangażuj się z góry w tworzenie wzajemnych blogów znacznie lepszymi. Chociaż większość z nas jest zaangażowana w ulepszanie własnych blogów (i powinna być), takie podejście może być dość skuteczne w przypadku blogów innej osoby. Razem wiemy - i możemy osiągnąć - o wiele więcej niż jakikolwiek z nas samych

Pamiętaj, że czasami tego rodzaju zadanie wymaga czasu. Chociaż dałem Ci dzisiaj wyzwanie znalezienia znajomego bloga, nie oczekuj, że znajdziesz go natychmiast. Najlepsi kumple blogu często wychodzą z ciągłych relacji, których rozwój wymaga czasu. Wykorzystaj codzienne blogowanie, aby dotrzeć do innych blogerów w Twojej niszy. Poszukaj okazji do wspólnej pracy dla obopólnej korzyści, a z czasem możesz po prostu skończyć z kumplem na blogu, który opisałem w tym wyzwaniu - i żadne z was tak naprawdę nie prosi drugiego.

Krok 16: Rozwiąż problem: 7 sposobów identyfikowania problemów czytelników.

Dzisiejsze zadanie dotyczy pisania. Dzisiaj rozwiążemy problemy czytelników. To jest coś, co najbardziej udane blogerów wbudowane w każdy dzień ich blogowania. Czemu? Ponieważ jeśli rozwiązujesz problemy:

1. zrobisz wrażenie na ludziach

2. ludzie częściej wracają do Twojego bloga

3. ludzie będą skłonni mówić innym o swoim blogu.

Dla niektórych blogerów identyfikacja problemu, jaki mają ich czytelnicy, jest łatwa - mają wielu czytelników, a więc ich palec jest na pulsie potrzeb tych ludzi. Jest to jednak trochę trudniejsze dla nowszych blogerów z mniejszą i mniej głośną publicznością.

Dzisiejszym zadaniem jest zidentyfikowanie problemu, który napotyka twoich czytelników i który możesz rozwiązać na swoim blogu. Oto siedem metod, których użyłem do zidentyfikowania problemów z czytaniem.

1. Rozwiąż własne problemy

Moim ulubionym sposobem na rozpoznanie potrzeb i problemów innych jest zwrócenie uwagi na własne. Z mojego doświadczenia wynika, że gdy miałem problem, inni też go mieli. Zamiast po prostu rozwiązać swoje problemy i przejść dalej, dlaczego nie uchwycić rozwiązania i dodać go do swojego bloga, aby inni mogli z niego skorzystać? Niedawno obserwujący Twittera zapytał mnie, jak powinna założyć swojego bloga. Była trochę zaniepokojona i nie była pewna, jak zacząć. Moją odpowiedzią było napisanie o napotkanym problemie i sposobie jego rozwiązania. Nie ma lepszego sposobu na założenie bloga od samego początku, sygnalizujesz czytelnikom, że jesteś zainteresowany rozwiązywaniem problemów. Świetnym ćwiczeniem do zidentyfikowania własnych wcześniejszych problemów - przynajmniej tych, które od razu nie przychodzą mi do głowy - jest usiąść z notatnikiem, długopisem lub laptopem i po prostu przeprowadzić burzę mózgów wszystkiego, czego się nauczyłeś, przezwyciężyłeś, odkryłeś lub rozwiązany na temat Twojego bloga. Wymień również pytania, które pamiętasz, zadając innym pytania, lub problemy, które mogłeś samodzielnie zbadać. To powinno dać ci dobrą listę potencjalnych postów do napisania na swoim blogu.

2. Poszukaj pytań w poleceniach wyszukiwania

Gdy Twój blog już działa, istnieje kilka sposobów, aby skorzystać z czytelnictwa i odkryć problemy, z którymi borykają się ludzie. Jednym ze szczególnie użytecznych sposobów jest sprawdzenie, w jaki sposób i dlaczego czytelnicy uzyskują dostęp do Twojego bloga (i co robią po przybyciu). Spójrz na wyrażenia, które ludzie wpisują w wyszukiwarkach, aby przejść do Twojej witryny. Czasami, najczęstsze słowa kluczowe mogą oświetlić obszar, z którym ludzie mają problemy.

3. Analizuj wyszukiwania wewnętrzne

Innym powiązanym sposobem znalezienia informacji o tym, czego potrzebują Twoi czytelnicy, jest obejrzenie tego, czego szukają na swoim blogu. Jest to pomocne, ponieważ ujawnia pytania, o które jeszcze nie napisałeś. Dostępnych jest kilka narzędzi wyświetlających wewnętrzne słowa kluczowe wyszukiwania:

lijit - Lijit to pole wyszukiwania, które umieszczasz na pasku bocznym lub w obszarze nawigacji zamiast zwykłego pola wyszukiwania. Pełni tę samą funkcję w odniesieniu do czytelników, ponieważ umożliwia

przeszukiwanie Twojego bloga. Jednak przedstawia również wydawcy szereg przydatnych informacji na temat tych wyszukiwań.

4. Zapytaj czytelników o pytania

Inną metodą, która może się opłacać, jest zadawanie czytelnikom pytań lub informowanie o potrzebach i wyzwaniach, przed którymi stają. Zakłada to oczywiście, że masz kilku czytelników (więc może to być nieodpowiednie dla tych, którzy dopiero zaczynają) i że będą się czuć wygodnie aby udzielić odpowiedzi. Istnieje wiele sposobów zadawania pytań, które zachęcają czytelników do odpowiedzi:

1. Napisz post z pytaniami.

2. Wyślij wiadomość e-mail do garści najnowszych komentujących i zapytaj, czy jest coś, z czym mogliby uzyskać pomoc.

3. Skonfiguruj formularz kontaktowy, który działa jak kwestionariusz.

4. Uruchom ankietę dla czytelników.

5. Uruchom ankietę, która pozwoli czytelnikom zidentyfikować ich najpilniejsze potrzeby (pozwala to na pewną anonimowość).

Wypróbowałem każde z tych podejść i wszystkie były pomocne w identyfikowaniu problemów czytelników.

5. Poszukaj problemów na innych stronach

Ta taktyka może być szczególnie dobra dla tych, którzy dopiero zaczynają, i nie ma czytelników, którzy mogliby prosić o pomysły. Polega ona na znalezieniu forum, bloga lub portalu społecznościowego odpowiedniego dla Twojej niszy i przejrzeniu treści lub rozmów w poszukiwaniu pytań, które ludzie zadają. Prawdopodobnie zechcesz to zrobić w większych witrynach, które otrzymają wiele komentarzy, ponieważ dzięki temu zadanie naprawdę się opłaci. Gdy spędzasz czas na forach o przyzwoitej wielkości, zaczynasz zauważać, że wielokrotnie zadawane są często zadawane pytania.

6. Korzystaj z mediów społecznościowych, aby zbierać pytania

Obecnie czerpię coraz więcej inspiracji do postów z serwisów społecznościowych. Twitter to świetne miejsce do zbierania pytań od prawdziwych potrzeb i problemów. Robię to głównie na dwa sposoby:

1. Zadaj pytania: co jakiś czas po prostu tweetuję, że szukam kilku pytań, na których opieram nowe posty.

2. Listy obserwacyjne: wybrałem kilka słów kluczowych, które śledzę na Twitterze, używając mojego klienta Twitter TweetDeck. Często ludzie używają tych słów kluczowych w pytaniach, które zadają na Twitterze. Próbuję odpowiedzieć na te pytania na Twitterze, ale często używam ich również jako inspiracji do dłuższych postów na blogu.

7. Zapytaj przyjaciół i rodzinę

Na koniec nie zapomnij o swoich prawdziwych przyjaciołach, rodzinie i współpracownikach. Wiele codziennych rozmów ujawnia rodzaje zmagania i wyzwania, przed którymi stoimy. Chociaż chcesz zachować prywatne rozmowy, mogą one być świetnym źródłem inspiracji dla postów. Uważam, że spotkania z dalszą rodziną są dla mnie świetną okazją do zapoznania się z opiniami ludzi na tematy, o których piszę. Na przykład na jednym spotkaniu członek rodziny zapytał mnie, czy dobrze trzyma swój

aparat cyfrowy. Był prawie trochę zawstydzony, ponieważ pytanie było tak podstawowe. Ale kiedy mu odpowiadałem, zdałem sobie sprawę, że inni początkujący mieliby to samo pytanie. Tak powstał post Jak trzymać aparat cyfrowy.

Jednym z najlepszych sposobów rozwiązywania problemów na bardziej zaawansowanym poziomie jest zachęcenie innych do pomocy. Na przykład na moim blogu fotograficznym często zadaje mi pytania, których nie mam specjalistycznej wiedzy do rozwiązania. Nie jestem profesjonalnym fotografem, a nawet gdybym był, nie miałbym specjalistycznej wiedzy we wszystkich aspektach fotografii. Kiedy zadałem jedno z tych trudnych pytań, szukam eksperta w tej dziedzinie. Pytam o jedną z trzech rzeczy:

1. Czy napisaliby dla mnie post gościa na ten temat?

2. Czy chcieliby przeprowadzić wywiad na ten temat?

3. Czy mieliby coś przeciwko odpowiedzi na jedno pytanie na ten temat?

Zasadniczo zaczynam od pierwszej opcji i schodzę z listy, jeśli nie mają na to czasu. Jeśli nie będą w stanie pomóc, znajdę kogoś, kto może. Alternatywnym pomysłem na zaangażowanie innych jest postawienie tego samego pytania wielu ekspertom. Zapytaj piątkę ludzi, jak rozwiązaliby pewien problem, a następnie udostępnij wszystkie odpowiedzi piątki w poście. W ten sposób zyskujesz pięć perspektyw na pytanie, a nie jedno.

Krok 17 : Zobacz, jak pierwszy czytelnik korzysta z Twojego bloga.

W ciągu kilku sekund od przybycia nowi użytkownicy podejmują decyzje, które określą, czy i jak będą korzystać z Twojego bloga. W ten sam sposób, -co pierwsze wrażenia mogą być niezbędne w interakcjach między życiem osobistym, są niezbędne w Internecie. Dzisiejsze zadanie polega na przeprowadzeniu analizy tego, jakie pierwsze wrażenia ludzie uzyskują po przybyciu na bloga.

Dzisiaj przeprowadzimy na Twoim blogu audyt pierwszego czytelnika.

Czego będziesz potrzebował?

1. przyjaciel, członek rodziny, współpracownik, a nawet bloger, z którym nie miałeś wcześniej wiele wspólnego. Kluczem jest to, że osoba ta nie mogła wcześniej widzieć Twojego bloga. Musisz spędzić z tobą około dziesięciu minut, więc przekup go kawą lub przekąskami.

2. komputer, na którym dana osoba może korzystać z Twojego bloga. Idealnie, gdy będziesz korzystać z Twojego bloga, będziesz w tym samym pokoju, co ta osoba, ale ten test można również wykonać wirtualnie.

Proces

Załaduj swojego bloga i pozwól mu go używać. Niech spędzą cztery lub pięć minut na wędrówce po blogu. Nie rozmawiaj z nimi podczas gdy oni to robią. Zamiast tego uważnie obserwuj, jak korzystają z Twojego bloga:

• Jak się poruszają?

• Gdzie klikają?

• Co pauzują, aby przeczytać?

• Co oni pomijają?

• Do jakich obszarów bloga wydają się najbardziej zainteresowani?

Gdy będą surfować po Twoim blogu przez pięć minut, zadaj im kilka pytań na temat tego doświadczenia.

• Jakie były ich pierwsze wrażenia?

• O czym myśleli na początku, że twój blog, kiedy go zobaczyli?

• Czy stwierdzili, że jest to łatwe do czytania, nawigacji i zrozumienia?

• Co czuli, kiedy po raz pierwszy dotarli na Twojego bloga?

• Jakie są sugestie dotyczące ulepszenia twojego bloga?

• Jakie mają pytania po przejściu na bloga?

• Jakich słów użyliby do opisania projektu?

• Jakie są główne elementy, które pamiętają o twoim blogu dziesięć minut później?

• Jakie sugestie mają z perspektywy użytkownika?

Będziesz zaskoczony tym, czego się nauczysz, obserwując, jak pierwszy raz używa swojego bloga. Ostatnim razem, gdy przeszedłem przez ten proces, faktycznie uczestniczyły w nim cztery osoby.

Wybrałem osoby o różnym poziomie znajomości sieci, od osoby, która w ogóle nie korzysta z sieci, po doświadczonego blogera. Przekonałem się, że opinie od osób o różnym poziomie doświadczenia online są bardzo cenne.

Jeśli masz małe kodowanie JavaScript, doskonałym małym narzędziem, które powinieneś wypróbować, jest crazyegg.com. Dzięki tej usłudze możesz obserwować, gdzie klikają użytkownicy, gdy są na Twoim blogu. Usługa śledzi użycie i tworzy mapę termiczną najczęściej klikanych obszarów na blogu. Nie dostarczy Ci wszystkich informacji, które zyskasz, oglądając swojego bloga przez pierwszego czytelnika, ale pokaże, które linki zostały kliknięte. Na podstawie tych informacji możesz uzyskać wgląd w to, co interesuje czytelników i co przykuwa ich uwagę. Tego rodzaju informacje o użytkownikach mogą być bardzo przydatne zarówno z perspektywy projektowania, jak i pisania, ponieważ będziesz w stanie wywnioskować, jakiego rodzaju informacji oczekują Twoi czytelnicy, jakie wezwania do działania działają najlepiej itd. Google Analytics ma również funkcję, która Ci to pokazuje, chociaż moim zdaniem prezentacja miejsca, w którym ludzie klikają, nie jest w połowie tak ładna ani przydatna jak mapy cieplne CrazyEgg.

Krok 18 : Utwórz stronę kichania dla swojego bloga

Dzisiaj utworzymy stronę kichania dla Twojego bloga. Co to jest strona kichania? Termin „kichanie" to taki, który wymyśliłem dla pierwszej wersji tego wyzwania na blogu i odnosi się do kluczowej strategii, z której korzystam na blogach od lat. Pomysł jest prosty: stworzyć stronę, która zachęci ludzi do głębi bloga, zaznaczając najlepsze napisane przez Ciebie posty

Dlaczego strona kichania?

Jednym z wyzwań wielu blogerów jest to, że z biegiem czasu archiwa ich blogów wypełniają się setkami, a następnie tysiącami postów. Problem polega na tym, że domyślnie blog zazwyczaj wyróżnia tylko ostatnio napisane posty. Są wyświetlane na stronie głównej, podczas gdy większość starszych postów pozostaje w dużej mierze niezauważona, gdy opuszczają tę listę na pierwszej stronie. Strona kichania polega na pokazaniu tych archiwów.

Korzyści ze stron kichania

Strona kichania może być potężna na wiele sposobów:

1. Pokazuje twoje archiwa: jeśli spędzam godziny (jeśli nie dni) na tworzeniu posta na blogu, chcę, żeby ludzie go przeczytali! Strony kichania wydłużają czas, w którym ludzie wchodzą w interakcje ze starszymi postami.

2. Świetnie sprawdza się w przypadku SEO: wyszukiwarki przeglądają linki, które inni umieszczają w Twoich postach, aby uszeregować je w wynikach wyszukiwania. Rozważają również wewnętrzne linki na Twoim blogu. Łączenie ze starymi postami może pomóc zwiększyć ich pozycję w wyszukiwarkach.

3.Może pomóc w tworzeniu lepkiego bloga: Nie widzę jeszcze statystyk na ten temat, ale podejrzewam, że osoba, która pojawi się na Twoim blogu po raz pierwszy , prawdopodobnie wróci, jeśli odkryją tam więcej świetnych postów. Poproś osobę, aby przeczytała 10 świetnych postów, zamiast tylko jednego na stronie , u góry strony głównej, a zwiększysz prawdopodobieństwo, że staną się zwykłym czytelnikiem i subskrybują Twój kanał.

Dzisiejszym zadaniem jest stworzenie strony kichania. Aby dać ci kilka punktów początkowych, spójrzmy na typy stron kichania tam.

Rodzaje stron kichania

Istnieje wiele sposobów tworzenia strony kichania na swoim blogu. Niektóre są rzeczywistymi stronami; inne są blogami. Przeanalizujmy główne typy. tematyczne strony kichnięcia Lista postów lub stron na blogu, które koncentrują się na jednym temacie. Na przykład:

• Jak zarabiać na blogach

• Jak znaleźć czytelników na swoim blogu

• Jak pisać świetne treści na blogu

• Optymalizacja wyszukiwarek dla blogerów

• Korzystanie z serwisów społecznościowych w celu zwiększenia ruchu na blogu

Te strony kichnięcia (i inne) są wyraźnie połączone w moim blogu oraz na stronie głównej.

Podobnie w szkole fotografii cyfrowej (dPS) utworzyłem strony z kluczowymi tematami (takimi jak wskazówki dotyczące kompozycji, techniki fotografii cyfrowej, porady dotyczące fotografii

portretowej, jak fotografować i porady dotyczące fotografii cyfrowej dla początkujących) i powiązane z nimi z mojego obszaru nawigacji. Uważam, że strony te generują wiele wyświetleń stron, do których prowadzą. Jeszcze jednym kreatywnym przykładem tematycznej strony kichania jest 21 ustawień, technik i zasad, o których wszyscy nowi właściciele aparatów powinni wiedzieć. Ten post jest listą linków, ale jest napisany raczej jako typowy post na blogu - zobaczysz, że zawiera zdjęcia i opisy punktów, które zostały przedstawione w każdym z powiązanych postów. Chociaż powyższe przykłady to wszystkie strony w WordPressie, a nie rzeczywiste posty, ten ostatni przykład jest normalnym postem na moim blogu,

Strony kichania związane z czasem

Strony te opierają się na zdefiniowanym okresie czasu. Często przyjmują formę „najlepszych" postów, które podkreślają kluczowe posty z tego okresu i służą zarówno do przypomnienia czytelnikom poprzednich postów, które chcieliby odwiedzić ponownie, jak i do podkreślenia wpisów, które mogły zostać pominięte. Okres, który wybierzesz, może naprawdę wynosić od roku do miesiąca, tygodnia, a nawet weekendu (to znaczy post podsumowujący posty z weekendu, które czytelnicy, którzy czytają Twój blog tylko w godzinach pracy, mogą mieć pominięte). Blogi, które publikują bardzo często używają tych postów w stylu „łapanki" dość regularnie; na przykład Lifehacker często publikuje jeden pod koniec każdego tygodnia, aby wyróżnić kluczowe posty z tego okresu.

Strony kichania w stylu retro

Inną odmianą związanej z czasem strony kichania jest utworzenie takiej, która bezwstydnie pokazuje wiele postów z twojego bloga z określonego punktu w historii. Najczęstszym sposobem na to jest opublikowanie postu z blogami sprzed roku. Oto przykład z Lifehacker, innego bloga, który to zrobił (i nadal czasami to robi).

Krok 19 : Napisz post z opinią na swoim blogu

Dzisiejsze zadanie jest kolejnym wyzwaniem ukierunkowanym na pisanie, skupionym na wyrażaniu opinii. Istnieje wiele czynników, które ustawiają świetnych blogerów oprócz reszty, ale ciągle pojawia się to, że odnoszący sukcesy blogerzy często mają silne opinie, które są wystarczająco odważne, aby je wyrazić. Inni blogerzy w swoich niszach mogą zgłaszać wiadomości.

Ale to ci, którzy wyrażają opinie o nowościach i bieżących wydarzeniach w swojej branży, których blogi zwykle otrzymują więcej linków od innych. Generują też więcej komentarzy i są postrzegani jak myślący liderzy w swoich niszach.

Dlaczego opinie są ważne?

Prawdopodobnie zauważysz, że niektóre posty są nieodpowiednimi miejscami do dzielenia się opiniami. Ale kiedy regularnie wypowiadasz się na swoim blogu, zdajesz sobie sprawę, że może to mieć znaczący wpływ:

• Zachęca innych do dzielenia się opiniami w komentarzach lub na innych blogach. Często opinie przedstawiają interakcje i produktywne rozmowy.

• Pomagasz swoim czytelnikom tłumaczyć wiadomości i rozumiesz, w jaki sposób informacje ich dotyczą. Dzięki temu Twoje treści są bardziej przydatne.

• Pokazujesz swoim czytelnikom, że wykraczasz poza zwykłe raportowanie wiadomości, ponieważ faktycznie angażujesz się w nie i oczywiście interesujesz się tematem, o którym piszesz. Jest to zaraźliwe i przyciąga również czytelników.

Wyrażanie opinii na blogu przypomina dodawanie przypraw do jedzenia. Bez opinii Twój blog może stać się dość łagodny, wtapiając się w tłum. Dodanie opinii pomoże nadać Twojemu blogowi wyjątkowy smak.

Twoim zadaniem dzisiaj jest napisanie posta na blogu, który wyraża opinię. Może się to wydawać łatwiejsze dla niektórych nisz lub tematów niż inne, ale myślę, że prawdopodobnie dotyczy to większości z nas.

1. Jeśli Twój blog dotyczy polityki, podziel się osobistymi przemyśleniami na temat tego, co mówi polityk.

2. Jeśli twój blog dotyczy kamer, zamiast po prostu informować o wydaniu nowej kamery, powiedz swoim czytelnikom, co sądzisz o jej funkcjach i komu według ciebie będzie przydatny.

3. Jeśli twój blog dotyczy Britney Spears, pokazanie jej najnowszej fryzury i outfitu jest fne, ale powiedz nam, co o tym myślisz.

4. Jeśli twój blog dotyczy jedzenia, podziel się przepisem, a następnie powiedz swoim czytelnikom, co lubisz w nim i jakie okazje najbardziej ci odpowiadają.

Unikaj bycia bardzo emocjonalnym na temat swojego tematu; aby wyrazić swoją opinię, wszystko, co musisz zrobić, to dodać własne przemyślenia i odczucia na temat informacji, które udostępniasz.

Wiele osób wysłało wiadomość e-mail na temat tego zadania, mówiąc, że martwią się, że będą dzielili i zniechęcają czytelników, wyrażając swoje opinie na swoim blogu. Rozumiem to uczucie, zwłaszcza gdy jesteś nowym blogerem. Niektórzy blogerzy mogą potrzebować trochę czasu, aby przyzwyczaić się do dzielenia się tym, co myślą i czują, gdy wiedzą, że inni czytają ich opinie.

Moja główna rada dla osób, które trochę się denerwują dzieleniem się swoimi opiniami, to:

• zacząć od małego: nie musisz od razu dzielić się swoimi opiniami na duży, kontrowersyjny temat. Dla pierwszego posta opinii wybierz temat mniej konfrontowany - być może recenzja książki, którą przeczytałeś, a nie tego, na kogo głosowałeś w ostatnich wyborach.

• Nie bój się kontrowersji: z czasem mam nadzieję, że poczujesz się bardziej komfortowo z wyrażaniem opinii. Pamiętaj, że nie ma nic złego w różnorodności opinii i że niewielka kontrowersja rzeczywiście ożywi Twój blog. Często może zniechęcać ludzi do biernego przeglądania twoich postów i powodować, że zaczynają się angażować. Upewnij się tylko, że Twoje posty są aktualne, odpowiednie i pomocne dla czytelników - unikaj kontrowersji ze względu na kontrowersje

• Pisz z gracją: Mocno wyrażone opinie mogą być napisane w sposób uwzględniający poglądy innych ludzi i szanujący tych, którzy się nie zgadzają. Nie ma potrzeby pisać wypowiedzi w bardzo emocjonalnym lub konfrontacyjnym języku.

• Pracuj w społeczności wiedzy: pisząc posty z opiniami, zazwyczaj kończę je zaproszeniem do podzielenia się opiniami. Na moich blogach staram się budować poczucie, że można się nie zgadzać i promować ideę, że razem wiemy więcej niż jakakolwiek osoba. Rozwijaj poczucie wspólnoty i włączenia społecznego oraz staraj się stworzyć środowisko, w którym ludzie czują się bezpiecznie, dzieląc się swoimi opiniami, ponieważ ceniona jest różnorodność opinii. Ty, jako bloger, nadajesz ton swojemu blogowi, więc modeluj integrację, szanuj i doceniaj innych, a przekonasz się, że większość czytelników będzie podążać za tobą

Krok 20 : Pozostaw komentarze na innych blogach

„Pozostaw komentarze na innych blogach”. Jeśli istnieje jedna rada na temat budowania ruchu, która jest przekazywana nowym blogerom bardziej niż jakikolwiek inny, to jest to. Korzyści płynące z komentowania na innych blogach. Blogerów zachęca się do komentowania na innych blogach bez uzasadnionego powodu. Komentowanie na blogu może pomóc:

• dowiedzieć się, co robią inni blogerzy w twojej niszy

• przeczytać wspaniałe treści, które mogą zainicjować pomysły na własny blog

• dotrzeć do innych blogerów w Twojej niszy, ponieważ komentarze są często początkiem owocnych relacji

• stworzyć małe przejście do własnego bloga dla czytelników bloga, który komentujesz

• zbudować własny profil w swojej niszy - każdy komentarz jest okazją do pokazania swojej wiedzy,

Ostrzeżenie: nie spamuj! Powinno to być oczywiste, ale moderowałem komentarze na moich blogach. Podejrzewam, że należy to powtórzyć: nie bądź spamerem w komentarzach! Unikaj nawet wyglądania jak spamer komentarzy! Dodam to drugie ostrzeżenie, ponieważ spotykam wielu blogerów, którzy próbują zostawiać komentarze na innych blogach w sposób, który ich zdaniem jest autentyczny, ale wygląda na spam. Ich komentarze często zapewniają im miejsce na czarnych listach komentarzy spamujących. Zasada praktyczna, którą radzę przy wychodzeniu komentarze na blogach innych osób jest prosta: dodaj wartość. Komentarz, który mówi po prostu „świetny post” z linkiem do własnego bloga, wnosi niewielką lub żadną wartość do bloga. I wygląda na spam. Jedyny odwiedzający bloga z tego rodzaju komentarzy to ludzie, którzy chcą wiedzieć, kto jest spamerem!

Dzisiaj Twoim zadaniem jest spędzenie 10 lub 15 minut na czytaniu i interakcji na innych blogach, które dotyczą twojego tematu lub podobnego.

Wskazówki, jak dobrze komentować

• Zachowaj komentarze na temat.

• Niech Twój komentarz pokaże, że przeczytałeś post.

• Powiedz, co lubisz lub czego nie lubisz w poście.

• Dodaj przykład lub inny punkt, który blogger mógł przegapić.

• Zadaj odpowiednie i wnikliwe pytanie.

• Jeśli w komentarzu umieścisz link do własnego bloga, upewnij się, że jest on odpowiedni i dodaje się do postu oraz będzie przydatny dla osób, które go śledzą.

Uważam, że komentarze są jak mini-wznowienia. każdy komentarz, który zostawiasz, jest reprezentatywny dla Ciebie, więc jest jak mini-CV dla Ciebie i Twojego bloga. więcej o tym pomyśle możesz przeczytać w ostatnim punkcie postu Lorelle na temat komentarzy. pamiętaj również, że komentarze mogą zaszkodzić Twojej marce, tak jak mogą pomóc. każdy napisany komentarz może zaszkodzić Twojej reputacji i marce jako bloger.

Blogi to tylko jedno miejsce, w którym można dodawać komentarze online. Wcześniej w tej książce rozmawialiśmy o forach, ale innym rodzajem stron, które często pozwalają na tego rodzaju interakcje, są główne strony mediów, szczególnie gazety. Nie wszystkie strony z gazetami pozwalają na komentarze, a niektóre z nich dość mocno moderują komentarze, ale zauważyłem, że coraz więcej

gazet daje czytelnikom możliwość komentowania artykułów prasowych. Niektóre zabraniają ci pozostawiania linku do swojego bloga w obszarze komentarzy, ale jeśli użyjesz adresu URL jako imienia, nadal możesz zyskać na tym. Obowiązują te same zasady: unikaj spamowania i dodawaj naprawdę interesujące i przydatne komentarze, aby Twój komentarz był skuteczny.

Krok 21 : Przeprowadź przegląd zasad

„Przegląd zasad" może wydawać się biurokratyczny, ale celem dzisiejszego zadania jest po prostu opracowanie zestawu standardów operacyjnych dla Twojego bloga, który odciąży mózg od pokonania przeszkód, które pojawiają się codziennie w Internecie. Te standardy lub zasady mogą pomóc w szybszym i spójnym podejmowaniu decyzji oraz bardziej szczerym reagowaniu na czytelników, kontakty i innych współpracowników na blogu. Pozwalają również na większą spójność w podejściu blogowanie - coś, co z czasem może pomóc w budowaniu autentyczności i silniejszej marki. Co ważne, pozwalają spędzić więcej czasu zanurzone w aspektach blogowania, które znajdziesz najbardziej przyjemne.

W zależności od tego, jak masz doświadczenie w blogowaniu i jak długo Twój blog jest online, możesz, ale nie musi, wprowadzić pewne zasady miejsce. Do dzisiejszego zadania dokonamy przeglądu Twoich istniejących zasad i opracujemy wszelkie dodatkowe zasady, których wcześniej nie rozważałeś, ale czujesz, że potrzebujesz. W przypadku każdej zasady, o której zamierzam wspomnieć, zadasz kilka pytań. Pierwszą z nich jest: „Czy mam politykę dotyczącą tego?" Jeśli nie, to powinieneś? Odpowiedź na to pytanie będzie zależeć od charakteru Twojego bloga i jego operacji (np. Jeśli nie zezwalasz na komentarze, nie będziesz potrzebować polityki komentarzy), jak ważna i złożona Twoim zdaniem jest problem oraz jak pomocna jest czuć, że będzie polityka. To niefortunna prawda, że często blogerzy nie odczuwają potrzeby nakreślania polityki dotyczącej określonego problemu, dopóki ich nie złapią. Na przykład ty może nie czuć, że potrzebujesz zasad dotyczących praw autorskich, dopóki plakat gościnny nie użyje obrazu na Twoim blogu bez pozwolenia - i nie ponosisz odpowiedzialności za właściciela obrazu. Jeśli masz zasady dotyczące obszarów, które wymienię poniżej, sprawdź je, zadając sobie następujące pytania:

1. Czy to odzwierciedla moją obecną filozofię na ten temat?

Gdy zmieniają się Twoje pomysły i opinie, powinieneś zaktualizować swoje zasady.

2. Czy zawiera standardy branżowe i najlepsze praktyki?

Najlepsze praktyki ewoluują z czasem, dlatego musisz okresowo sprawdzać swoje zasady, aby upewnić się, że są aktualne.

3. Czy pomoże mi to osiągnąć cele, które wyznaczyłem dla mojego bloga? Zmieniające się cele mogą oznaczać konieczność ulepszenia bieżących zasad.

4. Czy jest użyteczny i użyteczny? Nie ma sensu tworzyć polityki, która wynosi 10 długich stron. Potrzebujesz zwięzłych, jasnych zasad, które możesz zastosować natychmiast, a jeśli chcesz, możesz przykleić się do ściany nad monitorem, aby uzyskać łatwy dostęp.

5. Czy osoby, na które wpływa, mają do niego dostęp? Na przykład, czy reklamodawcy mogą uzyskać dostęp do Twojej polityki reklamowej? Czy blogerzy-goście mogą uzyskać dostęp do Twojej polityki dotyczącej praw autorskich? Możesz dodać pytania do tej listy, ale stanowią one dobry punkt wyjścia. Spójrzmy na podstawowe zasady, które blogger może wprowadzić, aby ułatwić blogowanie.

Polityka praw autorskich

Twoje zasady dotyczące praw autorskich mogą wpływać na takie elementy, jak posty na blogach, komentarze, posty gości, wykorzystanie obrazów i innych mediów, opcje ponownego wykorzystania treści przez innych, powiadomienia o prawach autorskich i tak dalej. Polityka praw autorskich, o której tu mówię, nie jest tym samym, co informacja o prawach autorskich, którą możesz wyświetlać na swoim blogu lub nie, ale mówię o zestawie standardów operacyjnych. Na przykład mogą nakazać, abyś

uruchamiał co najmniej dwa zdania każdego posta gościa za pośrednictwem Copyscape, aby upewnić się, że treść jest oryginalna, lub wyświetlał pełną informację o każdym obrazie, którego używasz w swojej witrynie.

Polityka komentarzy

Jeśli zezwalasz na komentarze na swoim blogu, musisz ustalić wytyczne dotyczące rodzajów akceptowanych komentarzy i tych, które usuniesz. Większość z nas uważa, że oczywiste jest, co stanowi niedopuszczalny komentarz na blogu, ale gdy moderujesz dziesiątki lub setki komentarzy dziennie, bardzo przydatna będzie polityka w stylu listy kontrolnej. Czy pozwolisz przeklinać w komentarzach? Promocja produktu? Uwagi osobiste? Ataki osobiste? Jak rozpoznasz różnicę między nimi? Czy po pewnym czasie zamkniesz komentarze do postu? Jak widać, polityka komentarzy może być naprawdę pomocna.

Polityka akceptacji treści

Przydatna dla blogerów, którzy akceptują posty gości, polityka akceptacji treści określa podstawowe zasady zatwierdzania treści, które zostaną opublikowane na stronie. Jeśli otrzymujesz wiele postów gości, możesz również ustawić zasady sprawdzania zgłoszeń, prosząc autorów o spełnienie określonych kryteriów (np. Podanie maksymalnego limitu słów i poproszenie ich o przesłanie treści w formacie .txt) i odmawia uwzględnienia wszelkich zgłoszeń, które nie spełniają tych kryteriów

Polityka zarządzania pocztą e-mail

Polityka zarządzania wiadomościami e-mail polega na określeniu własnych wskazówek dotyczących zarządzania wiadomościami czytanymi przez czytelników, tym, jak określisz, które kontakty wymagają odpowiedzi, oraz kiedy i jak odpowiesz na te e-maile. Niektórzy blogerzy odpowiadają na każdy otrzymany e-mail od czytelnika; inni (jak ja) nie, inaczej, nigdy nie robilibyśmy nic poza e-mailem! Każdy bloger podchodzi do tego problemu inaczej, więc sprawdź, co Ci odpowiada.

Prywatna polityka prywatności

Jeśli piszesz o swoim życiu na swoim blogu, możesz wyznaczyć kilka granic wokół informacji, które możesz swobodnie ujawniać. Osobista polityka prywatności jest prawdopodobnie najbardziej osobistą ze wspomnianych tutaj zasad - tak osobistą, że może być dla ciebie drugą naturą. Być może nie będziesz musiał tego zapisywać, ale dobrze jest przemyśleć sprawę i zająć stanowisko w kwestii prywatności w Internecie.

Polityka reklamowa i promocyjna

Jeśli promujesz produkty innych osób poprzez reklamę, marketing partnerski, recenzje itd., Polityka reklamowa i promocyjna pomoże ci podejmować pozbawione emocji decyzje dotyczące różnych możliwości. Mogą istnieć typy produktów lub marki, których nie będziesz promować. Możesz ustawić kryteria wyboru produktów do promocji w swojej witrynie. Możesz opracować zasady dotyczące negocjacji stawek, warunków płatności i innych kwestii administracyjnych. Polityka reklamowa i promocyjna jest dobra taki, który musisz mieć przed rozpoczęciem przyjmowania płatności za promocje.

Inne zasady

Jak powiedziałem, ta lista nie jest wyczerpująca - na blogu mogą znajdować się fora, felietoniści, usługi online i tak dalej. Ale te obszary powinny dać ci trochę do myślenia na temat ważnych zasad bloga, a także innych unikalnych zasad, które warto opracować dla swojego bloga. Często początkujący

blogerzy nie widzą potrzeby opracowywania zasad i może to być potrzeba, która ewoluuje wraz z upływem czasu wraz z rozwojem bloga i większym zaangażowaniem odbiorców. To powiedziawszy, większość profesjonalnych blogerów, których znam, ma zasady dotyczące kluczowych aspektów swoich blogów - treści, praw autorskich, prywatności i tak dalej. Możesz pozostawić rozwój swoich zasad, dopóki nie będziesz zmuszony je opracować, ale ponieważ są one naprawdę istotną częścią profesjonalnego bloga, zachęcam do wprowadzenia ich wcześniej niż później. Moje własne zasady opracowane dla moich blogów są dość proste, ale pomagają mi prowadzić wiele różnych blogów na różne tematy, z różnymi funkcjami i odbiorcami, konsekwentnie, bez zamieszania i bez (zbyt dużego!) przeciążenia .

Krok 22 : Zwróć szczególną uwagę na czytelnika

Blogosfera została zbudowana na zasadach promowania innych, rozmowy, świętowania różnorodności, wiedzy o otwartym kodzie źródłowym i tak dalej. Jedną z pierwszych atrakcji blogowania był dla mnie sposób, w jaki blogerzy świętowali swoich czytelników i innych blogerów. Podczas gdy wiele porad dotyczących blogów koncentruje się na technikach, które pomogą zwiększyć popularność blogerów i ich blogów, ten paradoksalny klucz do sukcesu blogów pozostaje takie samo. Wielu blogerów, którzy tworzą świetne blogi, robi wszystko, aby ich czytelnicy byli sławni. Kiedy tworzysz miejsce na swoim blogu, aby w jakiś sposób wyróżnić czytelników, wpływ może być dość duży - szczególnie jeśli robisz to regularnie.

Wpływa to na dwie grupy ludzi.

1. Ci, którzy rozsławili: Pierwszymi i najbardziej oczywistymi ludźmi, którzy czerpią korzyści z twoich wysiłków, są ci, których wyróżniasz. Posiadanie blogera na swój sposób, aby porozmawiać o osobie na blogu, z pewnością może zrobić wrażenie. Daje czytelnikowi poczucie, że są cenione i należą do społeczności. Udział w blogu może pomóc im osiągnąć własne cele, jeśli blogger wyśle innych czytelników na stronę czytelnika, aby dowiedzieć się więcej na ich temat.

2. Inni czytelnicy: Jedną z lekcji, których nauczyłem się na początku blogowania, jest to, że kiedy publicznie cenisz jednego czytelnika, inni również często czują się doceniani. To pokazuje, że naprawdę interesujesz się czytelnikami i cenisz ich wszystkich - nawet jeśli wyróżnisz tylko kilka

Dziś Twoim zadaniem jest rozgłos czytelnika. Wybierz jednego (lub więcej) z obecnych czytelników i zrób coś, aby potwierdzić, pokazać im, że ich cenisz, i wyróżnij je innym czytelnikom. Jak rozsławić czytelników. Istnieje wiele sposobów wyróżnienia czytelników na blogu. Pozwól, że podzielę się kilkoma podejściami, z których korzystałem przez lata.

1. Promuj komentarz do postu: Czasami czytelnicy robią szczególnie wnikliwe i mądre obserwacje lub udzielają naprawdę cennych wskazówek w komentarzach na blogu. Podczas gdy będą czytane przez garstkę osób w wątku komentarza, dlaczego nie wyciągnąć tego wspaniałego komentarza i wykorzystać go jako podstawy jednego z Twoich postów, podkreślając przekazaną mądrość i osobę, która skomentowała?

2. Napisz post o blogu czytelnika: odwiedź blogi osób, które pozostawiają komentarze na swoim blogu i wybierz taki, który rezonuje z Tobą. Napisz bezpłatną recenzję bloga, podkreślając najlepsze posty i co lubisz w tym.

3. Wyślij czytelnikom komentarz na blogu innego: Napisz post, który prowadzi do świetnego wpisu innego blogu, i zasugeruj, aby czytelnicy odwiedzili go i skomentowali. Zamknięcie komentarzy we własnym poście i powiedzenie, że zostawiłeś już komentarz na ich blogu, może pomóc w zwiększeniu skuteczności tego wezwania do działania.

4. Daj czytelnikom możliwość promowania się: Uruchom projekt lub napisz post, który daje czytelnikom możliwość promocji w jakikolwiek sposób. Na przykład na dPS dałem czytelnikom szansę pokazania swoich zdjęć. W jednym poście zapytałem:

„Czy masz fotoblog?" Setki czytelników pozostawiło linki do swoich blogów, a wielu wysłało mi później e-maila, aby podziękować za wysłanie im traffc. W innym podobnym przykładzie poprosiłem czytelników, aby podzielili się swoim najlepszym ujęciem.

5. Czytelnik tygodnia: widziałem kilka blogów, które robią to przez lata; po prostu wybierają jednego czytelnika co tydzień, aby wyróżnić go w poście.

6. Projekty, memy i konkursy: Zapraszam czytelników do pisania postów na swoich blogach, a następnie dzielenia się linkami. Projekty te zawsze generują duży ruch dla uczestników. Podobnie możesz organizować konkursy, karnawał na blogach i memy, które dają czytelnikom okazję do podkreślenia własnej obecności online, blogi, konta na Twitterze, strony na Facebooku i tak dalej. W czasie zakochania w mediach społecznościowych prowadziłem [www.problogger.net/538-twitter-usersthat-blog], zaprosiłem czytelników do udostępniania swoich kont w mediach społecznościowych. Uczestniczyły w nim setki osób, które otrzymały wielu obserwujących na Twitterze, a także nowe kontakty w innych sieciach.

7. Przeprowadź ankietę wśród czytelników i wyświetl wyniki w poście: w jeden weekend uruchom post, który zadaje czytelnikom pytanie. Następnie napisz post w następnym tygodniu, w którym dodasz własne przemyślenia na temat pytania i wyróżnisz jedne z najlepszych komentarzy pozostawionych przez czytelników. Alternatywnie możesz zbadać obserwujących na Twitterze na temat związany z blogiem, a następnie zaznaczyć ich odpowiedzi w poście na blogu.

8. Zaproś gości: Często o gościach mówi się wyłącznie jako sposób na uzyskanie darmowych treści na swoim blogu. Chociaż jest to fne, jedną z rzeczy, które najbardziej w nim uwielbiam, jest to, że oddaje mikrofon bloga w ręce innej osoby. Osoba, która jest zwykle ograniczona przez sekcję komentarzy na blogu, ma przez chwilę nieco większy wpływ na kierunek Twojej społeczności. To może mieć rzeczywisty wpływ na osobę piszącą post, a także na czytelników, ponieważ widzą osoby na blogu podobne do siebie.

WSKAZÓWKA: Nie ma jeszcze czytelników, którzy mogliby zasłynąć oczywiście to ćwiczenie jest łatwiejsze do zrealizowania na blogach, które istnieją już od jakiegoś czasu i mają czytelników. ci, którzy dopiero zaczynają, znajdą coś trudniejszego - tylko tyle razy możesz sprawić, że twoja matka, żona lub najlepsza przyjaciółka będą sławni na swoim blogu, nie wyglądając na trochę zdesperowanego! Jeśli jesteś nowym blogerem lub Twoja witryna jeszcze nie przyciąga komentarzy czytelników, spróbuj dziś zasłynąć innym bloggerom, pisząc post z linkami do nich i wyróżniając je wśród czytelników.

Sposoby, dzięki którym czytelnicy stają się sławni, są tak naprawdę ograniczone tylko wyobraźnią. Oto kilka pomysłów, które możesz wypróbować.

1. Przeprowadź krótki wywiad z ciekawym czytelnikiem: To podejście działa szczególnie dobrze, jeśli Twój czytelnik jest profesjonalistą lub ekspertem w swojej niszy. Robiłem to wiele razy ze świetnymi fotografami na moim blogu fotograficznym.

2. Utwórz post „przedstaw się”: po prostu napisz post zachęcający czytelników do przedstawienia się. Wiele forów ma tego rodzaju wątki, więc dlaczego nie ma postu poświęconego temu blogowi?

3. Używaj widżetów i wtyczek: Istnieje wiele narzędzi, które pozwalają czytelnikom zaznaczyć, że odwiedzili Twojego bloga. Jednym z najczęstszych jest Facebook, który pokazuje awatary czytelników odwiedzających Twój blog innym użytkownikom Facebooka, którzy go odwiedzają.

4. Gravatars: Pozwól czytelnikom spersonalizować swoje komentarze poprzez zgrupowanie obszaru komentarzy, aby pokazać ich awatar, jeśli są zarejestrowani na gravatar.com. Widać to w akcji w komentarzach mojego bloga fotograficznego.

5. Daj czytelnikom szansę wykazania się swoją wiedzą: Jednym ze sposobów, w jaki to zrobiłem, jest okresowe zadawanie pytań moim obserwatorom na Twitterze, a następnie wyróżnianie ich odpowiedzi na moim blogu.

Krok 23 : Wzywaj swoich czytelników do działania

Dzisiejsze zadanie to kolejne zorientowane na pisanie: napisanie postu zawierającego wezwanie do działania. W pewnym momencie życia większości blogerów blogerzy chcą, aby czytelnicy wykroczyli poza czytanie i podjęli jakieś działania. Chociaż ten typ postu może nie być tym, z którego będziesz korzystać cały czas, jest to przydatna technika na pasku narzędzi do blogowania.

Możesz zadzwonić do czytelników w celu wykonania dowolnego z wielu rodzajów działań, takich jak:

• wdrażanie pomysłu, o którym pisałeś

• subskrybowanie kanału RSS lub biuletynu e-mail

• zakup produktu stowarzyszonego

• pisanie komentarza

• głosowanie w ankiecie

• przekazanie darowizny na cele charytatywne

• głosowanie na ciebie w serwisie zakładek społecznościowych

• kupując opracowany przez Ciebie produkt

• odwiedzanie innej strony

• zatrudnienie cię do niektórych usług, które oferujesz

• czytając kolejny kawałek, który napisałeś na swoim blogu

• odwiedzenie witryny firmy.

Można by wymieniać dalej! Niektóre działania, do których chcesz zadzwonić, przyniosą korzyści Twojemu blogowi, a inne zachęcą czytelników do zastosowania pomysłów, o których piszesz. Oczywiście większość z nich skorzysta zarówno na tobie, jak i na twoich czytelnikach.

Problem pasywnych czytelników

Chociaż wezwania do działania, które wymieniłem tutaj, mogą wydawać się dość prostymi rzeczami, które zachęcą czytelników, ale w rzeczywistości większość czytelników blogów jest pasywnych. Oceniając własne blogi, szacuję, że mniej niż 1% faktycznie komentuje i że zdecydowana większość z nich którzy przychodzą na moje blogi, odchodzą bez robienia czegokolwiek. Rozmawiając z innymi blogerami, mam wrażenie, że jestem tylko jednym z wielu z pasywnymi czytelnikami. Jak o tobie? Czy chcesz mieć bardziej aktywne i interaktywne czytelnictwo?

Jak wyłamać czytelników z bierności?

Nauczenie się, jak wezwać czytelników do działania, wymaga czasu. Jest kilka technik, które mogę wskazać, które mogą ci pomóc, ale najlepszym sposobem, aby dowiedzieć się, jak to zrobić, jest przećwiczenie wezwań do działania i sprawdzenie, co działa najlepiej dla Ciebie, Twojego bloga i Twoich czytelników.

Dzisiaj Twoim zadaniem jest napisanie postu, który wzywa czytelników do podjęcia działań. Zanim zaczniesz, polecam przeczytać mój post, 12 wskazówek dla czytelników SnaP z bierności. Wszystko, co musisz zrobić przed napisaniem posta, to wybrać akcję, którą chcesz, aby czytelnicy podjęli. Jeśli nigdy wcześniej nie pisałeś postu z wezwaniem do działania, wybierz działanie, które jest proste i możliwe

do wykonania (na przykład przekonanie czytelników do komentowania postu lub zasubskrybowania Twojego kanału). Inną opcją może być napisanie o książce, którą przeczytałeś i którą możesz polecić, i wezwanie ludzi do działania, aby kupić ją w Amazon za pomocą powiązanego linku. Ostatecznie działanie, do którego chcesz zadzwonić, zależeć będzie od celów Twojego bloga.

Aby zapewnić dodatkowe wsparcie, oto cztery dodatkowe wskazówki, jak wezwać czytelników do działania:

1. Trafność jest kluczowa: poproś czytelników o wykonanie czynności odpowiedniej dla tematu Twojego bloga. Może to zabrzmieć trochę oczywisto, ale widziałem wielu blogerów, którzy dodają posty do miksu, wzywając ludzi do podejmowania działań niezwiązanych z ich normalnym blogowaniem. Im bardziej odpowiednie połączenie, tym większe szanse, że ludzie odpowiedzą.

2. Zbuduj kulturę działania: Jedną z rzeczy, które zauważyłem w tworzeniu interaktywnych blogów, jest to, że często zajmuje to trochę czasu. Z mojego doświadczenia wynika, że w przypadku nowego bloga zwykle jest tylko kilka komentarzy (jeśli w ogóle), prawie nikt nie głosuje w ankietach, nikt nie odpowiada na zaproszenia z zaproszeniem… łapiesz mnie. Z czasem można jednak zwiększyć aktywność czytelników na swoim blogu. Radzę zacząć od prostego wezwania do działania, które zachęcają czytelników do interakcji z tobą i robienia czegoś - pozostawiania komentarzy, odpowiadania na pytania, udziału w ankietach i tak dalej. Z czasem, gdy czytelnicy zaczną przejmować własność swoich blogów, możesz wypróbować inne, silniejsze wezwania do działania

3. Przebij się z humorem: ten punkt dotyczy tylko niektórych blogów, ale może działać dobrze. Widziałem, jak wielu blogerów zachęca czytelników do udziału, prosząc ich, aby zrobili coś lekkiego i dowcipnego. Na przykład niektórzy blogerzy na naszym forum przeprowadzili mini konkurs, w którym zaprosili czytelników do przesłania podpisu na śmieszne zdjęcie - i uzyskali dobre wyniki.

4. Ustaw zadanie domowe: Jednym z powodów, dla których wyzwanie 31DBBB działa tak dobrze z moimi własnymi czytelnikami, jest to, że ciężko pracowałem, aby każdy dzień w serii był praktyczny i miał własne zadanie. Próbowałem podać sposoby, by ludzie przyjęli nauki i zastosowali je od razu. Wydaje się, że czytelnicy doceniają ukierunkowanie na działanie wyzwania, ponieważ nie tylko uczą się teorii, ale są w stanie przyswoić sobie to doświadczenie w zadaniu domowym

Krok 24: Użyj czasopisma, aby ulepszyć swojego bloga

Szukasz świeżego projektu, marketingu, historii, a nawet nagłówkowych pomysłów na swojego bloga? Dzisiejsze zadanie może w tym pomóc. Dzisiejsze zadanie jest naprawdę proste: przeanalizować lub przejrzeć czasopismo, aby dowiedzieć się, jak ulepszyć własnego bloga. To jest pewna aktywność. Wszystko, co musisz wypełnić, to paczka karteczek, notatnik, długopis, czasopismo (lub gazeta) i bezpłatna godzina. Regularnie pracuję nad tym procesem, ponieważ pomaga mi to na wiele sposobów:

1. Pomysły marketingowe: sposób, w jaki magazyn sprzedaje się i dociera do czytelników, może nas wiele nauczyć. Zwróć szczególną uwagę na to, co robią na okładce - chodzi o przekonanie ludzi do zakupu magazynu.

2. Pomysły na projektowanie: niektóre czasopisma są lepiej ułożone niż inne, a sieć zdecydowanie jest innym medium niż druk. Jednakże, wciąż mogę się wiele nauczyć o projektowaniu z dobrego magazynu. Lepsze czasopisma podadzą Ci, jakie rodzaje wzorów, kolorów, i układ są popularne i modne.

3. Publikuj pomysły: Niezależnie od tego, czy wybiorę magazyn poświęcony tematowi mojego bloga, czy nie, prawie zawsze wpadam na pomysł na nowy post na blogu. Czasami inspiracja pochodzi z zupełnie niezwiązanego tematu, ale nagłówek lub tytuł artykułu można zastosować do mojej niszy.

4. Poznawanie mojej niszy: jeśli wybierzesz czasopismo ze swojego tematu lub niszy, dzięki temu ćwiczeniu będziesz na bieżąco z najnowszymi wiadomościami i wydarzeniami.

5. Wskazówki dotyczące pisania: Dobry artykuł na prawie każdy temat może wiele Cię nauczyć o skutecznej komunikacji.

6. Lekcje monetyzacji: Media głównego nurtu od dłuższego czasu zarabiają na treści; chociaż sieć jest nieco inna, obowiązują niektóre z tych samych zasad.

7. zaangażowanie czytelników: chociaż jest to zupełnie inne medium, czasopisma coraz częściej starają się być bardziej interaktywne, prowadząc konkursy, zakładając fora internetowe i korzystając z pomocy czytelników. Często czerpię inspirację, widząc, jak czasopisma docierają do czytelników,

Po co analizować „stare media”?

Słyszę kilku blogerów ewangelistów pytających o sens tego ćwiczenia. Blogowanie to nowe media, więc dlaczego mielibyśmy szukać starych wskazówek, takich jak magazyny, aby uzyskać wskazówki? Chociaż zgadzam się, że blogowanie jest zupełnie innym medium niż wydawanie czasopism, wyrzucanie wszystkiego, czego nauczyły się media głównego nurtu, wydaje mi się aroganckie.

Oczywiście powinniśmy wprowadzać innowacje i pracować z mocnymi stronami tego bloga, ale są też lekcje, które można wyciągnąć, patrząc na to, co robią inni w różnych mediach i formatach. Wiele lat nauczyliśmy się przez dziesięciolecia publikowania drukowanego, a my, jako blogerzy, mamy świetną okazję, aby wziąć to odkrycie i sami je wykorzystać.

Dzisiaj przeanalizujesz magazyn, aby znaleźć sposoby na ulepszenie swojego bloga. Które czasopismo należy przeanalizować? Prawie każdy zrobi; jeśli jednak istnieje magazyn o tym samym temacie co Twój blog, wybierz go.

WSKAZÓWKA: Do biblioteki! Wiele bibliotek publicznych ma kopie zapasowe czasopism, dzięki czemu możesz wykonywać to zadanie za darmo i z dużą ilością czasopism jednocześnie. proces, którego używam Zasadniczo przeprowadzam ćwiczenie przeglądu magazynu w ten sposób:

1. Odłóż na co najmniej godzinę i udaj się do miejsca, w którym nie będzie Ci przeszkadzać (zwykle chodzę do kawiarni).

2. Zabierz ze sobą magazyn (lub kilka), notatnik, długopis i paczkę karteczek.

3. Rozpoczynając od przedniej okładki, szybko przejrzyj czasopismo, umieszczając kartkę samoprzylepną na dowolnej stronie, która przyciągnie twoją uwagę. Nie zatrzymuj się jeszcze, aby przeczytać cokolwiek - po prostu szybko obejrzyj, aby zobaczyć, co Cię zaskoczy.

4. Po szybkim przejrzeniu czasopisma zanotuj, co Cię złapało podczas pierwszego przejścia. Czy był to nagłówek, obraz, kolor, pierwsza linia artykułu czy coś innego? Uwaga przyciągająca uwagę jest ważna przy tworzeniu angażującego bloga, dlatego warto zwrócić uwagę na to, co przykuło twoją uwagę.

5. Teraz zrób drugi, wolniejszy odczyt czasopisma. Zacznij od przedniej okładki i przejdź przez swoją drogę. W trakcie czytania zadaj sobie następujące pytania:

• Kto jest docelowym odbiorcą tej publikacji?

• Jakie techniki są stosowane na pierwszej stronie, aby przyciągnąć ludzi do magazynu?

• Co powoduje, że przerywasz czytanie artykułu?

Dlaczego pomijasz inne artykuły?

• Jakiego rodzaju nagłówków używają?

Jak są one skuteczne?

• Jak wykorzystywane są zdjęcia?

• Jakie kolory są obecnie popularne?

• Jak formatowane są artykuły (stosowanie podtytułów, pogrubienia, list itp.)?

• W jaki sposób magazyn się sprzedaje (czekając na przyszłe wydania, strony z subskrypcjami itp.)?

• Czego możesz się nauczyć z umieszczania reklam i projektowania w magazynie?

• Na jakim poziomie jest ustawiony ten magazyn (początkujący, średniozaawansowany, zaawansowany itp.)?

• Co robi magazyn? Czego nie robi dobrze? Jak byś to ulepszył?

• Jakie są ograniczenia medium magazynu? Jak możesz to wykorzystać, aby wykorzystać sprzedaż swojego bloga?

Czytając czasopismo, zanotuj pomysły na historię, techniki projektowania, struktury nagłówków i inne techniki, które możesz chcieć spróbować na swoim blogu. Nie twierdzę, że powinieneś skopiować wszystko, co widzisz w magazynie. Raczej sugeruję, abyś wykorzystał to jako okazję do poznania i myślenia o swoim blogu. Część tego, co widzisz, naturalnie nada się na Twojego bloga; inne części nie. Wartość tego ćwiczenia polega na odejściu na chwilę od własnego bloga i zdobyciu świeżych pomysłów i perspektyw.

WSKAZÓWKA: Magazyn w Twojej niszy, jeśli wybierzesz magazyn na temat podobny do Twojego bloga, warto wypatrywać możliwości bezpośredniego ulepszenia swojego bloga. Na przykład możesz zaprezentować się jako współpracownik magazynu. Zrobiłem to wiele razy z mieszanym sukcesem, ale jeśli czasopismo silnie odnosi się do Twojego bloga, dlaczego nie skontaktować się z redaktorem, aby

zasugerować, że wspólnie robisz kawałek? Możesz napisać artykuł lub nawet zwykłą kolumnę. widziałem, jak wielu blogerów robi to z powodzeniem. alternatywnie możesz przedstawić siebie lub swojego bloga jako potencjalny temat wywiadu lub artykułu w publikacji.

Jednym z dodatkowych sposobów, w jaki czasopismo może pomóc Ci ulepszyć bloga, jest identyfikacja osób, które mogą wnieść do niego treści. Czasopisma korzystające z materiałów czytelników często publikują adresy internetowe osób, które przesyłają artykuły lub porady. Wiele razy śledziłem te linki i często zwracałem się do tych autorów z prośbą o komentarze gości na moich blogach. Niektóre z nich mnie zabierają i jest to świetny sposób na dodanie świeżego głosu na blogu: przeczytaj więcej o tym, jak to robię

Krok 25 : Zadać pytanie

Zadawanie czytelnikom pytań to fantastyczny sposób na rozwój swojego bloga. Oto 10 powodów, dla których:

1. Daje czytelnikom poczucie wspólnoty i uczestnictwa - nie ma to jak wejście na blog, na którym czytelnicy wchodzą w interakcje. Daje blogowi poczucie bycia żywym.

2. Zwiększa lepkość bloga, ponieważ ludzie częściej wracają do bloga, do którego się przyczynili.

3. Posty z pytaniami są dość łatwe do napisania (choć mogą wymagać moderacji).

4. Posty z pytaniami są fantastyczne, ponieważ pomagają ocenić, gdzie znajdują się czytelnicy z określonymi tematami.

5. Odpowiedzi czytelników mogą podsycać pomysły na posty na Twoim blogu.

6. Otwierają one możliwości dodawania kolejnych postów, gdy podsumowujesz odpowiedzi, zbierasz rozmowy, a nawet sam odpowiadasz na pytanie.

7. Dobrze sformułowane pytania mogą często zajmować wysokie pozycje w wyszukiwarkach. Wybierz pytanie, które ludzie będą zadawać, gdy przeszukują internet w poszukiwaniu odpowiedzi, i zoptymalizuj stronę pod kątem tego pytania, abyś mógł dość dobrze zająć pozycję w rankingu.

8. Te posty mogą być świetne do generowania przychodzących linków do twojego bloga, gdy inni blogerzy podejmują rozmowę na swoich blogach.

9. Komentarze czytelników umożliwiają nawiązanie rozmowy z tymi osobami poprzez udzielenie odpowiedzi na własny komentarz lub za pośrednictwem poczty elektronicznej. Na początku blogu może to być szczególnie dobre, ponieważ ci nieliczni czytelnicy mogą pomóc w rozpowszechnianiu wiadomości na blogu za pośrednictwem ich sieci

10. Odpowiedzi czytelników mogą czasem służyć jako rzeczywiste posty. Awansowałem komentarze, które ludzie napisali na moim blogu, do rzeczywistych blogów posty, dodając kilka własnych komentarzy i dodając podziękowania dla osoby, która odeszła od komentarza. To była jedna z technik, które omówiono w rozdziale o rozsławianiu czytelników. Niektórzy blogerzy nie chcą pisać postów z pytaniami, ponieważ obawiają się, że nikt nie odpowie na zadane pytania. Z pewnością może to być trochę zniechęcające, ale jeśli dobrze zbudujesz post i podasz własną odpowiedź na pytanie, przynajmniej post będzie cenny, nawet jeśli rozmowa się nie powiedzie. Pamiętaj, że tylko około 1% czytelników blogów zwykle zostawia komentarze, więc brak odpowiedzi na Twojego bloga nie oznacza, że nikt nie czyta. Próbuj dalej!

12 wskazówek, jak zadawać czytelnikom pytania na swoim blogu

Jeśli chodzi o zadawanie czytelnikom pytań, nie ma prawdziwych zasad dotyczących rodzajów pytań i sposobu, w jaki należy postępować. Oto jednak 12 wskazówek, które uważam za pomocne:

1. Zadbaj o to, by pytanie dotyczyło tematu Twojego bloga.

2. Zadaj pytanie oparte na poprzednim poście; na przykład na dPS napisałem post o zaletach i wadach strzelania w formacie raw w porównaniu do JPeg. Post był dość popularny, więc podążyłem za nim, pytając czytelników, w jakim formacie są nakręcone.

3. Zadawaj pytania, na które można odpowiedzieć. Może to zabrzmieć głupio, ale czasami na pytania tak trudno jest odpowiedzieć, że ludzie ich unikają.

4. Zadawaj pytania, na które czytelnicy będą chcieli poznać odpowiedź. Na przykład zapytaj o gorący temat, na który czytelnicy docenią wgląd w to, co myślą lub robią inni.

5. Zaproponuj czytelnikom możliwe odpowiedzi. Uważam, że kiedy podam kilka odpowiedzi lub opcji w poście, może to pomóc w rozpoczęciu dyskusji.

6. Wygeneruj debatę, zadając jedno lub dwa pytania, w którym są tylko dwie odpowiedzi do wyboru. Te pytania są łatwe do odpowiedzi, a są one świetnym sposobem na przeszkolenie czytelników w komentowaniu (powyższy post z pytaniem RAW / JPEG to przykład takiego podejścia).

7. Spróbuj użyć narzędzia ankiety, aby dać czytelnikom możliwość głosowania na wiele opcji.

8. Stymuluj rozmowę, zadając kontrowersyjne pytanie, ale pamiętaj, że czytelnicy mogą się rozerwać.

9. Bądź gotów podzielić się własną odpowiedzią, ale jeśli jesteś zagubiony, ludzie odpowiedzą, możesz rozważyć wstrzymanie się z odpowiedzią i przekazanie jej w kolejnym poście. Oznacza to, że będziesz musiał napisać dwa posty zamiast jednego, ale także uniemożliwi wypaczanie odpowiedzi czytelników.

10. Czy masz często zadawane pytanie, na które nie jesteś w stanie odpowiedzieć? Zapytaj swoich czytelników o ich opinie - możesz się czegoś nauczyć! Często używam pytań typu „warsztat społeczny", gdzie po prostu zadaję pytanie i pytam czytelników o radę na temat. Sekcja komentarzy staje się zasobem (zamieściłem kilka przykładów poniżej).

11. Zadawaj bardziej osobiste (jeszcze dotyczące tematu) pytania. To znaczy, zamiast pytać, co ludzie myślą o pytaniu, zapytaj ich, co robią we własnym życiu. Na przykład kiedyś poprosiłem czytelników, aby powiedzieli mi, jaki jest ich ulubiony obiektyw w dPS. Odpowiedzi udzieliło ponad 200 osób, a wtedy był to mój najbardziej komentowany post.

12. Śledź swoje posty z podsumowaniami odpowiedzi dostarczonych przez czytelników. Jeśli otrzymasz wiele odpowiedzi, warto posortować je w nowym poście. To pokazuje czytelnikom, że cenisz ich odpowiedzi, i tworzy naprawdę interesujący post. Po tym, jak zapytałem moich czytelników dPS o ich ulubione obiektywy, napisałem podsumowanie bardziej popularnych soczewek dslr. Odpowiedź z tych dwóch postów była fantastyczna, ponieważ wielu czytelników nie tylko wypowiedziało się na ten temat, ale także lubiło czytać to, co robili inni.

Twoim zadaniem na dziś jest zadanie pytania czytelnikom.

Przykłady postów z pytaniami

Podałem kilka tutaj, aby dać ci pomysły na różne rodzaje pytań, które możesz zadać:

1. Który producent aparatu cyfrowego jest najlepszy? Pytanie, które wywołało prawdziwą debatę wśród czytelników, ponieważ nie ma jednoznacznej, pojedynczej odpowiedzi. Następnie napisałem podsumowanie: najlepsi producenci aparatów cyfrowych.

2. Wygraj nagrodę, mówiąc nam o swoim aparacie cyfrowym. W tym przypadku zaoferowałem nagrodę za odpowiedź na pytanie na forum dPS.

3. Z jakiego aparatu cyfrowego korzystasz? Kolejne pytanie ma na celu poproszenie czytelników o podzielenie się własnymi doświadczeniami na temat używanego sprzętu. To dało mi cenne informacje o moich czytelnikach, ale także zapewniło mi świetną treść do kolejnego postu.

4. W jakim trybie fotografowania najczęściej fotografujesz? Zadanie tego pytania umożliwiło link do wcześniej napisanych postów na temat. Śledziłem też kilka postów na ten sam temat, ponieważ samo pytanie naprawdę otworzyło obszar, którego niektórzy z moich czytelników nie zgłębiali wcześniej.

5. Jak sfotografowałbyś pogrzeb? To jest typ warsztatu społecznościowego, w którym stawiam pytanie czytelnika i pozwalam że inni czytelnicy udzielają porad i wskazówek. Uważam, że te pytania są szczególnie skuteczne, ponieważ nie tylko odpowiadają na pytanie czytelnika, ale również odpowiedzi społeczności stanowią fantastyczny zasób. Inne przykłady to „Jak sfotografować babcię" i „Jak sfotografować dzieci?".

6. podziel się swoim najlepszym ujęciem. Ten post po prostu poprosił czytelników o udostępnienie linku do ich najlepszego zdjęcia. Dało to czytelnikom szansę popisania się nieco swoją pracą. i był bardzo popularny.

Nie tylko twój blog…

Nie ograniczaj swoich pytań do swojego bloga: media społecznościowe to świetne miejsce do zadawania pytań czytelnikom i naprawdę angażujące się na innym poziomie. Jeden z najlepszych aspektaow korzystania z mediów społecznościowych do zadawania pytań jest ich natychmiastowość. Często twoi czytelnicy reagują w czasie rzeczywistym i możesz trochę porozmawiać, co jest naprawdę zabawne i może generować dużo pędu. Aby ta taktyka działała naprawdę dobrze, możesz poprosić swoich znajomych o oznaczenie ich odpowiedzi na twoje pytanie z tagiem, którego używasz przy pierwszej aktualizacji. W ten sposób czytelnicy mogą bardzo łatwo śledzić całą dyskusję i brać w niej udział. Oznacza to, że jedna rozmowa może być współużytkowana przez wiele osób w ciągu kilku dni lub tygodni. To także znacznie ułatwia przesiewanie odpowiedzi!

Dzisiejsze notatki

Najczęstszą odpowiedzią, jaką otrzymuję na to zadanie, są ci, którzy dopiero zaczynają pracę ze swoim blogiem, którzy uważają, że brakuje czytelnikom, aby uzyskać przyzwoitą liczbę odpowiedzi na post z pytaniem. Czuję twój ból z tego powodu. Możesz ograniczyć swoje posty z pytaniami, gdy zaczynasz; jednak nadal uważam, że warto od czasu do czasu biegać - wystarczy trochę ciężko pracować, aby rozmowa się rozpoczęła. Oto co bym zrobił, gdybym chciał pomyślnie napisać post z pytaniem na nowym blogu:

1. Napisz swój post z pytaniem. Zachowaj temat i łatwo odpowiedz. Ankieta może być dobrym miejscem początkowym, ponieważ ludzie mogą ją łatwo wypełnić i zachowują anonimowość odpowiedzi.

2. Bądź pierwszą osobą, która odpowie na twoje pytanie. Rozpocznie się toczenie piłki.

3. Wyślij wiadomość e-mail do kilku przyjaciół, skorzystaj z przysług i poproś innych o pomoc, odpowiadając na pytanie lub głosując w ankiecie.

Możesz znaleźć, że odpowiedzą są tylko Twoi znajomi, ale dzięki interakcji kilku osób możesz po prostu wyciągnąć innych czających się czytelników. To podejście może wydawać się trochę fałszywe i myślę, że jest na niektórych poziomach. Ale często nawet rozpoczęcie rozmowy w prawdziwym życiu wymaga kogoś, kto się tam wystawi. Nie wahaj się, aby ktoś rzucił piłkę za Ciebie… a następnie sprawdź, dokąd ona prowadzi.

Krok 26 : Popraw inny blog

Kiedy ostatni raz poprawiłeś blog innej osoby? Dzisiejszym zadaniem jest właśnie to zrobić: ulepszyć bloga, który nie jest twój.

Większość blogerów naturalnie spędza większość czasu na ulepszaniu swoich blogów. Pozytywne wyniki mogą jednak przynieść poprawę czasu na blogach innych osób. Myślę, że to dość oczywiste, dlaczego warto pomagać innemu blogerowi w osiąganiu ich celów, więc nie będę się tutaj zbytnio zastanawiał, z wyjątkiem stwierdzenia, że możesz wywrzeć duże wrażenie na innym blogerze, pomagając mu osiągnąć swoje cele blog. Gdy to zrobisz, może pojawić się dowolna liczba korzyści.

Bardzo dobrze jest wyjść i spróbować ulepszyć blogosferę! Ale… jak ulepszyć blog innej osoby? Oto tylko kilka pomysłów:

• Napisz wysokiej jakości post gościnny, który będzie przydatny dla czytelników innego bloga.

• Zostaw pomocne i wnikliwe komentarze.

• Link do bloga i wysyłaj do niego czytelników.

• Promuj bloga w mediach społecznościowych, być może rozpoczynając dla nich kampanię zakładek społecznościowych.

• Polecić swoim czytelnikom, aby zasubskrybowali blog.

• Wyślij do blogera e-maila z sugerowanymi tematami, które chciałbyś zobaczyć.

• Przedstaw je potencjalnemu reklamodawcy.

• Podziel się z nimi programem partnerskim, który pracował dla Ciebie.

• Napisz wiadomość e-mail z informacją blogera, w jaki sposób uznałeś jeden z jego postów za pomocny.

Naprawdę nie ma ograniczeń co do sposobów, w jaki możesz pomóc innemu blogerowi ulepszyć jego bloga. Kluczem jest zadać sobie pytanie, jakie mogą być ich potrzeby, i spróbować w jakiś sposób zaspokoić te potrzeby. Kluczem do tego ćwiczenia jest wykonanie znaczącej akcji dla drugiego bloga. Nie tylko zostaw dziś komentarze na 50 blogach; poświęć trochę czasu, koncentrując swoją energię na jednym blogu w swojej niszy. Jeśli twoje wysiłki pozostaną niezauważone przez innego blogera, nie rozpaczaj. Mam nadzieję, że robiąc coś dla innych, nauczysz się czegoś dla siebie - i zyskasz w ten sposób dobrą karmę!

Najprostszym sposobem na zakończenie dzisiejszego zadania jest pozostawienie bardzo przydatnego komentarza na blogu innej osoby - ale jeśli to możliwe, zachęcam do pójścia dalej. Jedną z najbardziej skutecznych strategii odkrywania jest publikowanie gości na innym blogu. Ma to tę zaletę, że udostępniasz swoje pomysły nowej grupie odbiorców. Ponadto dla blogera, dla którego piszesz, post gościnny oznacza bezpłatną treść, świeży głos i dzień wolny od konieczności napisania nowego utworu na swoim blogu. Oczywiście znalezienie miejsca dla gościa na innym blogu może być trudne, ale warto spróbować. Aby uniknąć marnowania czasu, napisz post gościa na blogu, który koncentruje się na `podobnym temacie do twojego. W ten sposób, jeśli inny blog odmówi opublikowania postu, zawsze możesz użyć go na swoim blogu. Wreszcie, jeśli na początku się nie uda, spróbuj ponownie. Z czasem ktoś zapozna się z Twoją ofertą, a kiedy to zrobi, masz przykład, że możesz pokazać innemu blogerowi. Za każdym razem staje się to trochę łatwiejsze.

Krok 27 : Poluj na martwe linki

Blogowanie opiera się na linku. Jeden blog prowadzi do innego bloga, który prowadzi do innego, którego właściciel komentuje inny. To jest cudowna rzecz. Ale co się stanie, gdy jeden z blogów, do którego prowadzi link, zostanie wycofany, usunięty, przeniesiony lub zmieni strukturę linków? Link przestaje działać (warunek zwany zgnilizną linków) i może kosztować twojego bloga z dwóch stron:

1. Czytelność: jeśli klikną martwy link, czytelnicy mogą skończyć na stronach z błędami lub zostać przekierowani na inną nieistotną treść. To może powodować frustrację czytelników i sprawiać wrażenie, że Twój blog jest stary i nieaktualny.

2. SEO: Nie jestem pewien co do szczegółów technicznych ani tego, co pokazują najnowsze badania, ale z tego, co mogę stwierdzić, niedziałający link jest rozpatrywany niekorzystnie przez wyszukiwarki, a ty ryzykujesz karami.

Dziś Twoim zadaniem jest udanie się na polowanie na martwy link. Jak się wykrywa martwe linki na twoim blogu? Najbardziej oczywistym sposobem podejścia do tego zadania jest przeglądanie każdej strony na blogu i ręczne sprawdzanie wszystkich linków. Można to osiągnąć na nowym blogu, ale na starszych blogach z setkami lub tysiącami postów jest to niemożliwe. Dostępnych jest wiele narzędzi do sprawdzania linków, ale szczerze mówiąc, jeszcze nie znalazłem tego, z którego jestem naprawdę zadowolony. Oto kilka narzędzi do sprawdzania linków, które są zalecane w Kodeksie WordPress:

• link Lokaj

• W3c Darmowy kontroler linków

• narzędzie do sprawdzania łączy anybrowser

• HtMlHelp Sprawdzanie linków Valet link

• sprawdzanie linków przez netMechanic

Co zrobić, gdy znajdziesz martwy link? Istnieje kilka opcji postępowania z martwymi linkami:

1. Napraw lub zaktualizuj link: jeśli link jest po prostu zły lub wskazuje niewłaściwe miejsce, zaktualizuj go, aby działał.

2. Usuń link: jeśli link jest martwy i nie ma poprawnego lub zaktualizowanego, usuń link. Zazwyczaj dodaję do postu informację, że to zrobiłem. Czasami aktualizuję też post za pomocą nowych linków, aby był nadal odpowiedni i jak najbardziej pomocny.

3. Usuń post: Od czasu do czasu usuwam post, jeśli jego głównym celem było połączenie z innym postem. Martwy link powoduje, że tego typu posty stają się przestarzałe. W takich przypadkach rozważam usunięcie zamiast ich aktualizacji.

Niezależnie od tego, czy używasz narzędzia, czy po prostu wykonujesz zadanie ręcznie po kilka postów na raz, fnding i fxing martwe linki mogą być warte wysiłku.

Przesyłanie linków „martwy link” nie jest najbardziej efektownym zadaniem, więc skoro już nad tym pracujemy, możesz poradzić sobie z innymi suchymi zadaniami, na które wiele blogów mogłoby skorzystać

1.Pisownia: poświęć trochę czasu na przeglądanie starych postów w poszukiwaniu błędnie napisanych słów.

2. Gramatyka: większość blogów ma wiele błędów gramatycznych, które mogą być związane z fxingiem.

3. Formatowanie: jeśli kiedykolwiek wykonałeś przeprojektowanie witryny, będziesz wiedział, że mogą istnieć wszelkie problemy z formatowaniem, które należy rozwiązać w starych postach. Warto wrócić do wczesnego etapu posty i zobacz, jak teraz wyglądają w nowym designie.

Żadne z powyższych zadań nie przykuwa uwagi blogowania, ale wyeliminowanie tego rodzaju błędów może mieć duży wpływ na czytelników i ich postrzeganie Twojego bloga

Krok 28: Napisz post- recenzję

Dzisiejsze zadanie to kolejne wyzwanie związane z pisaniem: chciałbym, żebyś napisał recenzję. Wiem, że wielu blogerów już pisze recenzje na swoich blogach, ale nigdy nie możesz mieć wystarczającej praktyki w tego typu postach. Internet jest coraz częściej wykorzystywany przez ludzi do badania zakupów i pomagania im w podejmowaniu decyzji. Nie mam żadnych statystyk na ten temat, ale patrząc na rodzaje słów i wyrażeń, które użytkownicy wpisują do Google w celu znalezienia moich blogów, istnieją mocne anegdotyczne dowody na to, że ludzie aktywnie korzystają z internetu w celu uzyskania porady. Recenzje na Twoim blogu pomagają Ci zaspokoić tę potrzebę. Innym świetnym aspektem postów z recenzjami jest to, że pokazują one opinie na Twój temat. To robi wrażenie na czytelnikach i zwiększa prawdopodobieństwo, że zobaczą cię jako autorytet w temacie, o którym piszesz.

Czy recenzje nie mają znaczenia dla Twojego bloga?

Być może myślisz, że Twój blog nie nadaje się do sprawdzania postów. Na przykład nie możesz pisać o produktach ani myśleć o książkach, które dotyczą twojego tematu. Nie bój się - wszystko, co musisz zrobić, to myśleć trochę twórczo, a nadal będziesz w stanie wykonać dzisiejsze zadanie. Oto kilka pomysłów na recenzje:

• książki

• filmy lub programy telewizyjne odpowiednie dla odbiorców

• inna strona internetowa w twojej niszy

• restauracja, jeśli jesteś blogerem kulinarnym

• artykuł z czasopisma lub strony internetowej

• hotel, miejscowość turystyczna lub linia lotnicza, jeśli prowadzisz blog podróżniczy

• ubiór, który nosi celebrytka, jeśli jesteś blogerem modowym

• przemówienie wygłoszone przez polityka, jeśli jesteś blogerem politycznym

• gadżet, jeśli jesteś blogerem technicznym

• narzędzie lub element wyposażenia odpowiedni dla Twojej niszy

• wystawa lub galeria, jeśli jesteś blogerem artystycznym

• zabawka, jeśli jesteś rodzicielskim blogerem

• instrument, jeśli jesteś blogerem muzycznym

Naprawdę, lista może się ciągnąć bez końca - z tego typu postami jest tyle możliwości!

Przygotowując się do napisania recenzji, pamiętaj o tych wskazówkach dotyczących skutecznych recenzji.

1. Wydać opinię: ludzie czytają recenzje, aby pomóc im w podejmowaniu decyzji. W rezultacie chcą opinii, więc nie bój się ich udzielać. Jeśli przejrzysz produkt, który jest poniżej normy, nie bój się tego powiedzieć. To buduje wiarygodność wśród odbiorców i pokazuje, że jesteś chętny aby dawać prawdziwe rady.

2. Daj ocenę: Zgodnie z powyższym punktem, uważam, że kiedy dajesz jakąś konkretną ocenę w recenzji, czytelnicy zazwyczaj dobrze reagują.

3.Bądź zrównoważony: możesz wyrazić opinię i zachować równowagę. Recenzje wyjaśniające zarówno pozytywy, jak i negatywy są bardziej zaokrąglone i pomocne dla czytelników.

4. Pomyśl o słowach kluczowych: pisząc swoją recenzję, pomyśl o słowach i frazach, które ludzie będą wyszukiwać w wyszukiwarkach, aby znaleźć te informacje. Będzie się różnić w zależności od tematu, ale szukam słów takich jak ceny, problemy, recenzje itp. są często wyszukiwane. Upewnij się też, że przynajmniej kilka razy używasz nazwy recenzowanego elementu, zwłaszcza w tytule. Upewnij się, że piszesz dla ludzi jako głównych odbiorców, a nie dla wyszukiwarek (w przeciwnym razie ryzykujesz, że Twoja opinia zostanie zdominowana przez słowa kluczowe), ale kieruj się zdrowym rozsądkiem, aby dobrze zoptymalizować swój post pod kątem SEO.

5. Dokonuj porównań: I czytelnicy dobrze reagują na porównania produktów w klasie. Jeśli napisałeś już recenzję produktu porównujesz obecny produkt lub usługę, upewnij się, że łączysz posty.

6. Użyj linku partnerskiego: jeśli z recenzowanym produktem jest powiązany program partnerski, użyj go w poście. Opinie blogerów różnią się w tej kwestii, ale jeśli chodzi o czysty współczynnik konwersji linków partnerskich, a dobrze napisana i wyważona recenzja może być bardzo dobra w zwiększaniu sprzedaży

7. Powiedz, dla kogo jest to dobre: Czy to jest dla mnie odpowiednie? to pytanie, które zadaje wielu czytelników. W rezultacie określ, dla kogo uważasz, że produkt lub usługa jest odpowiednia. I, jeśli jest to właściwe, porozmawiaj o tym, jak korzystasz z produktu - powody, dla których ktoś będzie go potrzebować lub z niego korzystać. Podaj także wskazówki, które pomogą tym, którzy kupią produkt, z niego korzystać - to naprawdę może podnieść opinię. Im więcej możesz powiązać swoją recenzję z rzeczywistymi doświadczeniami czytelników, tym lepiej.

8. Bądź osobisty: często są to bardziej osobiste recenzje, które opowiadają historię, które wydają się najlepiej łączyć z czytelnikami na mojej stronie fotograficznej. Nawiązanie kontaktu z czytelnikami, dzieląc się swoją historią, a nawet pokazywanie rzeczywistych zdjęć lub filmów (zamiast oficjalnych zdjęć produktów) może naprawdę coś zmienić.

9. Liczą się efekty wizualne: wszystko, co może pomóc czytelnikom w wizualizacji produktu, który oceniasz, doda Twojej opinii dodatkowego efektu. Używaj zdjęć, filmów, zrzutów ekranu lub diagramów w dowolnym miejscu, aby dodać głębi do wpisu recenzji.

10. podaj szczegółowe informacje o tym, jak uzyskać przedmiot: jeśli Twoja opinia dotyczy produktu, który można kupić, podaj jak najwięcej informacji o tym, jak czytelnicy mogą go kupić i ile to będzie kosztować

W powiązanej notatce, jeśli piszesz recenzje książki lub produktu wymienionego w witrynie takiej jak Amazon, rozważ napisanie recenzji również dla tej witryny. Wiem o wielu blogerach, którzy są recenzentami prolifc w Amazon i którzy naprawdę wypracowali sobie dobre imię i profil, pozostawiając wnikliwe i pomocne recenzje na tej stronie. Podczas gdy nie możesz pozostawiać linków na żywo z powrotem do swojego bloga w swojej recenzji Amazon, każdy recenzent otrzymuje profesjonalną stronę i możesz tam zostawić link i informacje o sobie. Niektórzy recenzenci umieszczają również adresy URL w swoich profilach. Znów chodzi o tworzenie wartości dla tych, którzy czytają twoją recenzję, oraz o to, by Twoja przydatność pomogła „sprzedać" potencjalnym czytelnikom bloga

Krok 29 : Opracuj plan zwiększenia popularności i czytelności swojego bloga w Internecie

Dziś Twoim zadaniem jest pomóc ci nieco bardziej strategicznie zastanowić się, gdzie spędzasz czas, budując swój profil online.

Jednym ze sposobów, w jaki wiele udanych blogów tworzy czytelnictwo i profle, jest spędzanie znacznego czasu i energii na budowaniu obecności na innych stronach internetowych. Czy to za pośrednictwem forów, serwisów społecznościowych z zakładkami (takich jak Digg czy StumbleUpon), wiadomości społecznościowych witryn (takich jak Twitter), blogów lub innych witryn, inwestowanie czasu w inne witryny może być świetnym sposobem na budowanie własnej marki. Może to jednak być całkowita strata czasu. Pułapką, w którą widzę wielu blogerów wpadających (i wpadających w siebie) jest zatapianie się w czasie na budowanie obecności w witrynach bez przemyślenia dwóch ważnych kwestii:

• czy jest to właściwa strona, na której można budować obecność

• jaka jest strategia blogera i cel bycia na stronie.

Być może opisuję siebie tutaj bardziej niż ciebie, ale wielu z nas, jako blogerów, często krąży po Internecie, od strony do strony, bez żadnego prawdziwego kierunku ani celu.

Spędzimy 20 minut na Twitterze, pięć minut na MySpace, 20 minut na czytaniu innych blogów w Czytniku Google, 30 minut na sprawdzanie zdjęć znajomych na Facebooku, 20 minut na sprawdzanie najnowszych wątków na naszych ulubionych forach, a następnie powrót do Twittera w celu 20 minut, 15 minut po linkach, które znaleźliśmy na Digg… Łatwo jest dotrzeć do końca dnia i zastanawiać się, co naprawdę osiągnęliśmy. Za mało czasu mamy do pokazania. Czy potrafisz nawiązać relacje? Szkoda, że tak wielu z nas zmaga się z tym problemem, ponieważ spędza czas na innych stronach internetowych może naprawdę budować nasze blogi

Dzisiaj Twoim zadaniem jest to, że niektórzy z nas (mam na myśli tutaj siebie!) Będą mieli trudności. W zależności od typu osobowości może wydawać się trochę sztywny; jednak proszę, abyście mnie humor rozbili i zobaczyli, dokąd zaprowadzi was ćwiczenie. Zadanie polega na strategicznym przemyśleniu tego, jak spędzasz czas online. Aby to zrobić, proszę o rozważenie tych pytań. Być może weź notatnik i długopis, aby zapisać swoje przemyślenia na temat każdego z nich.

1. Ile masz czasu? Sprawdź, ile czasu masz każdego dnia (lub tygodnia) na inne witryny, aby zbudować profil swojego bloga. Pamiętaj, że musisz także poświęcić znaczną ilość czasu na własny blog, pisanie i interakcję z czytelnikami.

2.Opisz pożądanego czytelnika. Poświęć około dziesięciu minut na opisanie osoby, którą chcesz przeczytać na swoim blogu. Dla niektórych będzie to obejmowało bardzo konkretne rzeczy, takie jak dane demograficzne (wiek, płeć, lokalizacja), ale dla innych opis odbiorców będzie mniej szczegółowy. Potencjalni czytelnicy mogą być określani jako „początkujący fotografowie" lub opis może opierać się bardziej na potrzebach lub zachowaniach ludzi: na przykład „ludzi zainteresowanych nauką najnowszych technik patchworkowych".

3. Zadaj sobie to pytanie. Zapytaj: „Gdzie moi potencjalni czytelnicy zbierają się w Internecie?" To kluczowe pytanie, które powinieneś zadawać sobie regularnie. Jeśli Twoim celem jest zbudowanie bloga, musisz wiedzieć, jakie typy osób chcesz przyciągnąć, i rozglądaj się za innymi witrynami, w których gromadzą się tego rodzaju osoby. Oczywiście odpowiedź na to pytanie jest nieco trudna i zidentyfikowanie tych witryn może zająć dużo czasu. Pozwól, że podam kilka przykładów odpowiedzi na to pytanie:

• Flickr: witryna poświęcona udostępnianiu zdjęć była dla mnie oczywistym miejscem do budowania obecności podczas tworzenia mojej strony z fotografiami.

• lifehacker: na blogu chodzi o pomoc technicznie zainteresowanym odbiorcom za pomocą hacków lub wskazówek. To było dla mnie logiczne miejsce, ponieważ wszystkie moje blogi dzielą się wskazówkami.

• Twitter: do niedawna Twitter był używany głównie przez miłośników mediów społecznościowych; jest to dla mnie logiczne miejsce na obecność na blogach ProBlogger i TwiTip.

• Fora: Kiedy uruchomiłem ProBlogger, spędziłem dużo czasu na forach związanych z webmasterami, takich jak digitalPoint i Webmaster World. Kiedy zaczynałem od swojego bloga fotograficznego, byłem zaangażowany w wiele forów fotograficznych.

• blogi: Nadal spotykam się na wielu blogach związanych z moimi niszami, ale szczególnie na początku blogu fotograficznego byłem codziennym komentatorem i okazjonalnie zaproszonym plakatem na wielu.

• Sumbleupon: posty oparte na obrazach mają tendencję do radzenia sobie naprawdę dobrze na StumbleUpon; w rezultacie było to dla mnie logiczne miejsce do budowania obecności na moim blogu fotograficznym.

To były niektóre lokalizacje związane z moimi własnymi blogami. W przypadku Twojej niszy lub tematu lista może wyglądać zupełnie inaczej. Być może istnieją inne serwisy społecznościowe lub różne typy witryn, które przyciągają pożądanych czytelników. Na przykład Facebook oferuje pewne popularne tematy z wyraźnymi obserwacjami, podczas gdy LinkedIn może być bardziej odpowiednim miejscem do interakcji, jeśli Twój blog jest związany z biznesem. Pamiętaj, aby szukać witryn spoza Twojej niszy lub tematu. Na przykład Lifehacker nie jest blogiem fotograficznym, ale jego czytelnictwo pokrywa się z typami ludzi, których chcę czytać blog. Fora dla webmasterów nie były konkretnymi forami o blogowaniu, ale ich baza użytkowników obejmuje odsetek osób prowadzących blogi. Przyjrzyj się więc pokrewnym tematom i zastanów się, czy mogą one nakładać się na siebie, gdy mają one swoje eadery i te, które chcesz przyciągnąć. Jak wspomniałem powyżej, nauka, gdzie Twoi potencjalni czytelnicy zbierają się w Internecie, to długotrwały wysiłek, ale spróbuj wymyślić co najmniej kilka lokalizacji na potrzeby tego działania.

4. Jakie są możliwości zbudowania obecności?

Po zidentyfikowaniu co najmniej kilku miejsc, w których zbierają się potencjalni czytelnicy, poświęć trochę czasu na możliwości, jakie możesz mieć na tych stronach, aby zbudować własny blog. Możliwości będą się znacznie różnić w zależności od witryny. Dotknęliśmy niektórych z nich wcześniej, w tym:

I. Publikowanie gości: czy jest to blog, czy przyjmuje posty gości? Niektóre blogi aktywnie szukają współpracowników (szukaj stron „Napisz do nas"), podczas gdy inne mogą tego nie reklamować, ale korzystają z materiałów czytelników. Jeśli zostaniesz przyjęty jako plakat gościnny, zwróć szczególną uwagę na typy postów, które działają dobrze w witrynie. Spójrz na numery komentarzy i spróbuj dowiedzieć się, które typy artykułów dobrze sobie radziły wcześniej na portalach społecznościowych Dość często bloger chętnie Ci pomoże i poda przykłady tego, co wcześniej działało na jego blogu.

II. Prześlij porady lub wiadomości: podobnie, niektóre blogi polegają w dużej mierze na czytelnikach w zakresie pomysłów na historie i podają źródła historii. Na przykład na początku mojego bloga fotograficznego regularnie wysyłałem e-maile do Engadget i Gizmodo, kiedy pojawiły się nowe aparaty. Wysyłam im nie tylko wiadomości o nowych aparatach, ale zdjęcia, które mogą wykorzystać. Nie

zawsze korzystali z moich historii lub nie prowadzili do mojego bloga, ale kiedy to robili, to poprawiło mój ruch, profle i SEO. Sporo blogów ma w swoich obszarach nawigacyjnych linki zachęcające do tego rodzaju wskazówek i pomysłów na historie, więc śmiało z nich korzystaj.

III. Pozostawienie bardzo przydatnych komentarzy: jeśli nie ma sposobu na dzielenie się wskazówkami lub pisanie postów gości na innym blogu, sekcja komentarzy to dobre miejsce, aby naprawdę zbudować swój profil. Postaraj się z komentarzami. Kiedyś rozmawiałem z blogerem, którego strategią było pozostawienie co najmniej jednego post-komentarza na innym blogu każdego dnia w jego niszy. Przez „długość postu" rozumiał dogłębny komentarz składający się z co najmniej 500 słów. Komentarz poszerzyłby pomysły w komentowanych przez siebie postach, udostępnił przykłady, które nadały postom większą głębię, dodał zasoby i tak dalej, zamiast po prostu prowadzić z powrotem do własnego bloga komentatora. Strategią było dodawanie komentarzy, które przyciągały uwagę i były bardzo przydatne. W rezultacie inni komentatorzy regularnie zapraszali gości do publikowania postów na swoich blogach. Czytelnicy odwiedzaliby swojego bloga, mimo że komentator rzadko umieszczał w nim linki do swoich komentarzy. Tę samą strategię można zastosować na forach. Rozpocznij nowy wątek, który jest tutorialem lub bardzo przydatnym źródłem; ludzie będą chcieli dowiedzieć się o Tobie więcej, jeśli to zrobisz (więcej o tej strategii korzystania z forów w celu promowania bloga tutaj).

IV. Nawiązywanie połączeń i budowanie sieci: jeśli zidentyfikowana witryna jest bardziej portalem społecznościowym lub zakładką społecznościową niż blogiem, jedną ze strategii, nad którą należy pracować, jest nawiązywanie kontaktów z innymi osobami w witrynie. Załóż konto i zacznij szukać przyjaciół. Zwróć szczególną uwagę na nawiązywanie przyjaźni z innymi aktywnymi użytkownikami i osobami o podobnych zainteresowaniach. Warto również zidentyfikować kluczowych graczy lub wpływowych członków witryny. Zobacz, jak działają i poszukaj okazji do budowania relacji z nimi. Chodzi o to, aby być prawdziwym uczestnikiem witryny - aby wnieść wartość dodaną i stać się kluczowym członkiem społeczności. Gdy to zrobisz, pojawią się możliwości, które pozwolą ci bardziej promować siebie i bloga.

V. Strony z profilami: czy strona daje ci możliwość założenia strony z profilami, czy też jest jakaś inna okazja, aby się w jakiś sposób wypromować? Większość witryn i forów społecznościowych oferuje użytkownikom możliwość powiedzenia trochę o sobie, udostępniania linków do swoich blogów, dostosowywania obecności za pomocą awatara i / lub obrazu tła oraz nominowania niektórych słów kluczowych jako tagów. Staraj się zachować spójność marki w różnych witrynach, w których budujesz swoją obecność. Pomyśl także o użyciu strony docelowej jako strony, do której prowadzi link, a nie tylko pierwszej stronie swojego bloga (przeczytaj więcej o tym, jak to zrobić za pomocą strony docelowej na Twitterze.

VI. podpisy: jeśli witryna jest forum lub inną witryną społeczności, możesz mieć możliwość dodania do niej podpisu komentarze Moją jedyną wskazówką dotyczącą tej taktyki jest to, że czasami mniej znaczy więcej. Długie, migoczące lub jasne podpisy mogą wyglądać na dość spamerskie, więc zamiast tego wybierz gustowny i opisowy podpis. Istnieje wiele możliwości promowania swojej pracy na innych stronach. Na przykład Facebook oferuje różnorodne aplikacje, które umożliwiają pobieranie najnowszych postów, wyświetlanie list blogów itp. Zobacz, co robią inni blogerzy, i sprawdź, czy ich strategie też działają

VII. reklama: ta taktyka nie jest odpowiednia dla wszystkich, ale wiele witryn da ci możliwość interakcji z czytelnikami poprzez reklamę. Choć może się to wydawać bardzo kosztowne, istnieje wiele witryn, które umożliwiają rozpoczęcie niedrogich kampanii reklamowych przy niewielkim budżecie. Na przykład witryny mediów społecznościowych, takie jak Myspace, stumbleupon i Facebook, mają opcje reklamowe, które pozwalają kierować reklamy na określone dane demograficzne, a nawet osoby o

określonych zainteresowaniach. Wszystkie pozwalają też na konfigurowanie kampanii z niewielkimi budżetami. Inne typy witryn mogą nie mieć takich samych możliwości reklamowych, ale mogą być otwarte na inne rodzaje reklam. Jeśli jest to inny blog podobnego rozmiaru do twojego, możesz nawet zwrócić się do blogera, aby zrobić wymianę reklam: umieścisz reklamę na swoim blogu i umieszczają reklamę na twoim.

VIII. Zgłaszaj się na ochotnika, aby pomóc: jeśli jest to strona forum, na której zamierzasz spędzić czas, możesz mieć możliwość pomocy, zostając moderatorem. Większość stron będzie chciała zobaczyć Twoją pracę, zanim zostaniesz moderatorem, ale jeśli rzeczywiście wniesiesz swój wkład z czasem, może być szansa w tej dziedzinie. Status moderacji daje ci pewien poziom autorytetu i biegłości na forum, ale uważaj, aby nie nadużywać przywileju.

5. Zaplanuj strategię

Ok, więc zidentyfikowałeś niektóre witryny, na których zbierają się Twoi potencjalni czytelnicy, i oceniłeś niektóre możliwości, które istnieją, aby zbudować swój profil na tych stronach. Twoim zadaniem jest teraz zastanowić się trochę strategicznie nad tym, co będziesz robić na tych stronach. Nie musisz mieć wysoce rozwiniętego planu ani strategii, ale zanotuj niektóre z poniższych:

• Ile czasu tam spędzisz? Określ priorytety witryn, na których chcesz spędzać więcej czasu niż inne.

• W jakich porach tygodnia najlepiej być aktywnym na tej stronie? Strony mają swój własny rytm, a niektóre będą bardziej aktywne w określone dni lub godziny niż inne.

• Jakie rodzaje działań zamierzam podjąć w tej witrynie? Który wykorzysta możliwości, które określiłeś w kroku 4?

• Jakie są moje cele? Cele te mogą być nieformalne. Mogą obejmować takie rzeczy, jak publikowanie posta gościa, stawanie się moderator, publikujący co tydzień pewną liczbę komentarzy, zapoznający się z właścicielem witryny i tak dalej.

Możesz przedłużyć ten krok, faktycznie planując, jak będzie wyglądał dla Ciebie przeciętny dzień lub tydzień, gdy będziesz zajmować się blogowaniem. Znam kilku blogerów, którzy posunęli się do skonfigurowania arkusza kalkulacyjnego z każdym dniem i podanymi godzinami tego dnia. Następnie blokują godziny każdego dnia dla niektórych czynności. Wypełniają swoje najbardziej produktywne pory dnia najważniejszymi czynnościami (jak pisanie treści na własnym blogu), a następnie przeznaczają czas każdego dnia lub tydzień do spędzenia na innych stronach. Ten rodzaj harmonogramu może pasować tylko niektórym blogerom - korzystam z niego osobiście, gdy czuję się wyjątkowo bezcelowy w czasie. Jednak nawet robienie tego przez tydzień lub dwa może pomóc ci rozwinąć zdrowsze nawyki online.

6. przeanalizuj swoją obecną aktywność

Ostatnim krokiem w tym zadaniu jest analiza tego, co obecnie robisz ze swoim czasem online.

• Na jakich stronach spędzasz już czas?

• Czy te witryny rzeczywiście pomagają w tworzeniu Twojego profilu witryny, czy może bardziej efektywnie wykorzystasz swój czas gdzie indziej?

• Czy efektywnie spędzasz czas na tych stronach?

Jakiś czas temu przeprowadziłem analizę. W tym czasie spędzałem dużo czasu na dwóch głównych portalach społecznościowych: Twitterze i Plurk. Chociaż podobało mi się jedno i drugie, zdałem sobie

sprawę, że Twitter jest dla mnie bardziej efektywnym miejscem do interakcji. Chociaż zostałem dziesiątką użytkowników Plurk, było to dla mnie mniej efektywne wykorzystanie czasu, więc postanowiłem przestać tam wchodzić i skupić się na Twitterze. Nie twierdzę, że wszystko, co robisz online, musi być produktywne i pomagać w budowaniu Twojego profilu.

Niektórzy blogerzy używają Twittera raczej do celów towarzyskich niż do tworzenia blogów, i to w końcu; warto jednak zadać sobie pytanie i przeanalizować swoje nawyki online.

WSKAZÓWKA: Nie trać uwagi, unikaj obsesji na punkcie budowania swojego profilu na stronach innych osób. widziałem, jak wielu blogerów spędza tak dużo czasu, budując swoją obecność w witrynach takich jak Twitter, że nie udało im się zbudować i rozwinąć własnych blogów. zidentyfikuj kluczowe witryny, na których możesz spędzać czas, ale umieść własnego bloga na szczycie listy i odłóż tyle czasu, jeśli nie więcej, na pracę nad nim konkretnie

Tutaj jest dużo informacji. Jeśli czujesz się przytłoczony, poświęć trochę czasu na przejrzenie każdego z głównych punktów. Być może zauważysz, że rozciągnięcie dzisiejszego zadania na kilka dni pomaga naprawdę w pełni z niego skorzystać, ponieważ większość z tych punktów jest naprawdę warta całodziennego wysiłku. Nie spiesz się przez nie. Należy również pamiętać, że proces opisany w dzisiejszym zadaniu można wykonywać okresowo w miarę upływu czasu. Na przykład określenie, gdzie zbierają się potencjalni czytelnicy, powinno ujawniać nowe odpowiedzi za każdym razem, gdy wykonasz to zadanie w nadchodzących miesiącach. Więc choć powinieneś poświęcić trochę czasu na dzisiaj, aby ukończyć to zadanie, musisz również włączyć ten proces do swojego regularnego planu blogowania

Krok 30 : Monitoruj statystyki na swoim blogu

Przypomnij sobie, że na początku tego wyzwania zachęciłem Cię do upewnienia się, że masz pakiet metryk zainstalowany na swoim blogu. Do tej pory powinieneś mieć statystyki na co najmniej miesiąc. Jeśli jeszcze nie zainstalowałeś pakietu statystyk, umieść go na swoim blogu a.s.a.p., ponieważ pomoże ci to śledzić skuteczność swojego bloga. Poświęcimy dziś trochę czasu na analizę statystyk Twojego bloga. Jest w nich mnóstwo informacji, które mogą być niezwykle przydatne.

Uwaga: Nie tylko teraz… ćwiczenie to z czasem staje się bardziej przydatne. jeśli jest to pierwszy raz, kiedy to robisz, mam nadzieję, że będzie świetny. Jednak im dłużej gromadzisz dane na swoim blogu, tym bardziej użyteczna może być ta analiza, gdy śledzisz trendy i widzisz pojawiające się wzorce w miarę upływu czasu. w rezultacie tego rodzaju ćwiczenia powinny być wbudowane w twoją rutynową procedurę blogowania - staram się robić szczegółową recenzję każdego miesiąca. Niektórzy blogerzy są przyzwyczajeni do przeprowadzania tego typu analiz i nie potrzebują dużej pomocy, ale jeśli dopiero zaczynasz korzystać z danych blogu, oto kilka, na które należy zwrócić szczególną uwagę:

1. Ogólna liczba odwiedzających: Prawdopodobnie wskaźnik, na który patrzy większość blogerów. Czy liczba odwiedzających rośnie czy maleje? Jakie mogą być przyczyny tych zmian (na przykład częstotliwość publikowania, tematy, linki z innych witryn itp.)?

2. Najpopularniejsze posty: Które posty są najczęściej czytane? Ta informacja jest ważna z kilku powodów. Na początek daje podpowiedzi na tematy, na których możesz pisać więcej. Po drugie, udostępnia kilka kluczowych stron w Twojej witrynie do optymalizacji - to znaczy zastanów się, w jaki sposób możesz przyciągnąć osoby z tych postów głębiej do swojego bloga.

3. Statystyki polecania: które strony wysyłają Ci najwięcej ruchu? Jeśli jest to inny blog, być może mógłbyś rozwinąć relację z właścicielem w celu rozwinięcia tego. Jeśli jest to wyszukiwarka, jak możesz wykorzystać techniki SEO na stronie, aby dostosować posty i zobaczyć, jak Twój blog rośnie w wynikach wyszukiwania?

4. Zadawane pytania: jakie pytania czytelnicy piszą w wyszukiwarkach, aby znaleźć Twojego bloga? Mogą one stanowić wspaniałą przyszłość posty (dowiedz się więcej o tym, jak to zrobić tutaj).

5. Słowa kluczowe wysyłające traffc: znajomość słów kluczowych wyszukiwanych przez użytkowników w celu znalezienia Twojej witryny jest bardzo przydatna. Pomaga ci to wiedzieć w celu zoptymalizowania bloga pod kątem wyszukiwarek i podpowiedzi na temat treści, których szukają czytelnicy.

6. Sezonowy ruch: Czy są jakieś sezonowe trendy, o których powinieneś wiedzieć i które możesz wykorzystać, aby uchwycić większy ruch? Co powoduje nierówności w poziomach traffc i jak możesz się lepiej przygotować następnym razem? (czytaj więcej na temat sezonowego handlu i jak go uchwycić).

7. Dzienne i tygodniowe trendy: Kolejnym trendem do obserwowania jest to, co robi Twój ruch w różnych okresach czasu. Jakie są najbardziej popularne pory dnia? Które dni tygodnia są najbardziej popularne? Wiedza o tym daje wgląd w skuteczne planowanie nowego postu.

8. Współczynniki odrzuceń: Pakiety danych, takie jak Google Analytics, dostarczają statystyki współczynnika odrzuceń, która mierzy liczbę osób, które docierają do Twojej witryny, a następnie opuszczają ją bez oglądania dodatkowych stron. Uważam to za kluczowy wskaźnik do obejrzenia - i próbuję to zmienić. Wyznacz sobie cele, aby obniżyć ten wskaźnik i zwiększyć liczbę wyświetleń strony na użytkownika, zwiększając przyczepność bloga.

9. Liczba wyświetleń strony na odwiedziny: Podobnie jak współczynnik odrzuceń, jest to dobra miara, którą można obserwować w czasie, ponieważ pokazuje ona, czy osoby przychodzące na bloga wnikają głęboko w treść bloga, czy po prostu patrzą na stronę, na której się znajdują. Moim celem na moich blogach jest wzrost tej liczby w miarę upływu czasu. Aby uzyskać wskazówki, jak zwiększyć liczbę wyświetleń strony, sprawdź również 4 Szybkie i proste sposoby na zwiększenie liczby wyświetleń strony na blogu.

10. Czas spędzony na stronie: Kolejną statystyką, która pozwala ocenić, czy czytelnicy angażują się w Twoje treści, jest czas spędzony na stronie, który określa, jak długo użytkownicy pozostają na blogu. Im dłużej zostają, tym bardziej prawdopodobne jest, że czytają, komentują i wchodzą w interakcje (lub że zapomnieli zamknąć przeglądarki!).

11. Nowi i powracający odwiedzający: dzięki temu masz poczucie, czy udało Ci się przekonać ludzi do lojalnych gości.

12. Statystyki rss: Jeśli używasz narzędzia takiego jak Feedburner do zarządzania kanałami RSS, będziesz mieć dostęp do bardziej przydatnych informacji. FeedBurner informuje o liczbie subskrybentów, a także o tym, które posty to najczęściej czytane; ponownie uwypukla to treści, z którymi ludzie się angażują, dając ci dobre informacje o tym, co działa najlepiej.

13. kliknięcia wychodzące: niektóre pakiety metryk dostarczają tego typu informacji. Jeśli masz do niego dostęp, pomocne może być sprawdzenie, które linki klikają użytkownicy, aby opuścić blog. Może ujawnić, co motywuje czytelników i jakiego rodzaju informacji chcą więcej.

14. Gdzie ludzie klikają twoją stronę: Pakiety statystyk, takie jak Google Analytics i crazyegg, utworzą mapy cieplne lub wizualne zdjęcia obszarów klikanych przez użytkowników podczas odwiedzania Twojego bloga. Znalazłem mapy termiczne CrazyEgg lepiej niż Google Analytics, ale aby móc generować mapy, musisz skonfigurować usługę na określonych stronach swojego bloga. Te informacje są naprawdę cenne, gdy zastanawiasz się nad projektem i układem swojego bloga, ale może również pomóc w tworzeniu postów w celu sprawdzenia, gdzie klikają użytkownicy.

15. Strony wyjściowe: ta metryka informuje, z których stron blogu użytkownicy odchodzą. Kilka lat temu sprawdziłem statystyki i zauważyłem, że odsetek osób opuszczających daną stronę na moim blogu był trzykrotnie większy niż w przypadku innych stron. Podczas dochodzenia odkryłem, że na stronie występują bardzo złe problemy z formatowaniem, które powodują, że strona jest prawie nieczytelna; W rezultacie udało mi się rozwiązać problem i zaangażować więcej czytelników.

16. Statystyki zarabiania: Wielu z nas chce zarabiać na naszych blogach, dlatego ważne jest, aby zwracać uwagę na statystyki dotyczące tego, jak Twój blog radzi sobie pod względem pieniędzy. Wskaźniki, które masz do dyspozycji, będą się różnić, ale jeśli to możliwe, spróbuj dowiedzieć się, skąd na blogu pochodzą dochody. Na przykład, jeśli korzystasz z Google Analytics i AdSense, będziesz mógł zobaczyć, które strony zarabiają więcej niż inne. Możesz też skorzystać z opcji kanału lub opcji śledzenia dostępnych w sieci reklamowej lub programie partnerskim, aby dowiedzieć się, które posty są skuteczne.

17. inne statystyki: Istnieje wiele innych statystyk, które mogą być bardzo odkrywcze, gdy je zagłębisz. Znajomość regionów geograficznych czytelników może być korzystna, gdy myślisz o treści lub kontaktach z reklamodawcami; świadomość rozdzielczości ekranu i przeglądarek używanych przez użytkowników do wyświetlania Twojej witryny jest dobra z punktu widzenia projektu. Warto również przejrzeć statystyki dotyczące liczby postów, które napisałeś (częstotliwość postów może pomóc Ci monitorować, jak radzisz sobie osobiście); ile masz komentarzy i które posty; i więcej

Ostrzeżenie: unikaj uzależnienia od statystyk

Większość nowych blogerów przechodzi okres, w którym co godzinę sprawdzają swoje statystyki. Jest to normalne, ale może przyczynić się do dużo straconego czasu. Osobiście staram się szybko sprawdzić moje statystyki, może dwa lub trzy razy dziennie, po prostu patrząc na numery traffc, głównie po to, aby sprawdzić, czy jest jakiś skok w ruchu, o którym muszę wiedzieć. Następnie każdego miesiąca przeznaczam godzinę lub dwie na głębsze przyjrzenie się niektórym z powyższych statystyk.

Możesz zagłębiać się w przygnębienie związane z tym, co widzisz, gdy zagłębiasz się w statystyki bloga. Po czasach, które wydają się być wiekami spędzonymi na tworzeniu bloga, może być rozczarowanie konfrontacją z rzeczywistością, którą odwiedza tylko garstka ludzi. Jeśli to ty, chciałbym podzielić się kilkoma słowami zachęty. Po pierwsze, nie jesteś sam. Prawie każdy bloger (duży i mały), którego spotkałem, opowiada mi o tym odczuciu we wczesnych, a czasem późniejszych dniach na swoim blogu.

Po drugie, pamiętaj, że tworzenie blogów zajmuje dużo czasu. Przez lata analizowałem setki udanych blogów odkryli, że w większości przypadków spędzali co najmniej 2-3 lata, zanim osiągnęli wielki sukces. Kluczem do odnoszących największe sukcesy blogów jest to, że przebijają się przez chude łatki swoich pierwszych dni. Chociaż przestanę obiecywać ci masowy ruch, jeśli zatrzymasz się tam przez trzy lata, z czasem powinieneś zauważyć poprawę. Po trzecie, dąż do wzrostu wykładniczego. Zamiast skupiać się na surowej liczbie czytelników, których masz lub nie masz, postaw sobie inny cel. Na początku mojego własnego blogowania dowiedziałem się, że silniej było myśleć o powiększaniu mojego bloga o określony procent każdego miesiąca, inaczej niż przez określoną liczbę czytelników. Konsekwentnie zwiększaj ruch w swoim blogu, a osiągniesz gwałtowny wzrost. Aby dowiedzieć się więcej, obejrzyj ten film, w którym wyjaśniam swoje doświadczenia związane z rozwijaniem mojego bloga

Krok 31 : Zaplanuj kolejne kroki dla swojego bloga

W tym podstawowym zadaniu chciałbym zachęcić Cię do cofnięcia się od ostatniego miesiąca aktywności i nauki w celu zaplanowania kolejnych kroków.

Podczas gdy większość blogerów ma tendencję do dryfowania bez celu w blogowaniu, ci, którzy odnoszą sukcesy, często poświęcają czas na strategiczne myślenie o swoich blogach. Nie oznacza to, że potrzebujesz wysoce rozwiniętej strategii; oznacza to po prostu, że musisz pomyśleć o tym, co chcesz osiągnąć i jak chcesz to zrobić.

Niezależnie od tego, czy jesteś blogerem, który boryka się z dyscypliną lub rutyną, czy też jesteś starą ręką na blogginii g, bardzo polecam poświęcić trochę czasu na opracowanie jakiegoś planu na następny miesiąc . Chwyć kalendarz (fizyczny lub fizyczny) komputerowy) i zmapuj konkretne zadania, które chcesz osiągnąć w ciągu następnego miesiąca. Pozwól, że pokażę ci, jak to może wyglądać z kalendarzem, który przygotowałem w Kalendarzach Google. Poniższy kalendarz opiera się na niektórych działaniach, które omówiliśmy w ciągu ostatniego miesiąca.

Możesz zobaczyć, że ten plan obejmuje

• sześć postów tygodniowo (niedziele są dniem wolnym od publikacji)

• każdy dzień postu ma swój własny typ postu

• czas w niedziele na ustalenie szczegółów każdego postu (tematy, tytuły itp.)

• zadanie administracyjne w każdy poniedziałek

• działania promocyjne we wtorki, środy i czwartki

• dzień wysyłania czytelnikom wiadomości e-mail, odpowiadania na ich pytania itp. W każdy piątek

• analiza statystyk w ostatnim dniu miesiąca

• burza mózgów pierwszego dnia miesiąca.

Codzienne zadania będą się oczywiście różnić w zależności od bloga, więc nie będziesz w stanie po prostu przyjąć tego planu. Twoja sytuacja będzie inna niż moja. Na przykład możesz mieć inną częstotliwość publikowania lub obejmować różne działania - kluczem jest ułożenie planu najważniejszych rzeczy, które Twoim zdaniem są ważne dla blogowania. Oczywiście powyższy kalendarz wygląda bardzo schludnie. Ale znajdziesz różne zadania (komentarz, moderacja, poczta e-mail, obecność w mediach społecznościowych itd.) oraz inne możliwości i wyzwania będą pojawiać się codziennie, aby zejść z kursu. Jeśli jednak określisz główne zadanie lub dwa na każdy dzień, wiesz, że osiągniesz dobrą równowagę aktywności w ciągu miesiąca. Po wprowadzeniu tego kalendarza nie musisz już wymyślać, co robić każdego dnia, gdy zaczynasz blogować; po prostu musisz wykonać zadanie nakreślone na dany dzień. W ciągu ostatnich 31 dni zajęliśmy dużo miejsca. W żadnym wypadku nie poruszyłem wszystkich aspektów blogowania, ale mam nadzieję, że tak ,obejmował co najmniej kilka praktycznych rzeczy, które możesz wykorzystać w swojej rutynie blogowania. Spójrz wstecz na ostatnie 31 dni zadań i określ te, które możesz regularnie wykonywać na swoim blogu. Wybrałem tematy i zadania w moim kalendarzu po prostu dlatego. Robię to regularnie sam (większość z nich przynajmniej raz w miesiącu). Nie ma potrzeby powielania ich wszystkich dla siebie, ale proszę nie kończ dziś wyzwania i odłóż to, czego się nauczyłeś. Wybierz dwa lub trzy zadania, które okazały się pomocne, i planuj wykonać je więcej i rozszerzyć je.

WSKAZÓWKA: Poinformuj kogoś o swoim planie, gdy już zorientujesz się, co dalej robisz ze swoim blogiem, powiedz komuś. Plany często pozostają tylko planami i nie stają się rzeczywistością. jednym ze sposobów, aby je zrealizować, jest udostępnienie ich innym osobom. podziel się swoim planem z kumplem na blogu, powiedz nam o tym w mediach społecznościowych lub znajdź innego znajomego lub członka rodziny, aby go udostępnić

Wiem, że wielu blogerów podejmujących to wyzwanie znajduje się na początku swojej blogowej podróży i bloguje na boku, pracując nad inną pracą, opiekując się dziećmi i tak dalej. W związku z tym kalendarz, który utworzyłem dla tego zadania, może być przytłaczający, ponieważ zawiera zadania na każdy dzień miesiąca. Przygotowując swój plan, nie zjadaj więcej, niż możesz żuć. Jeśli dopiero zaczynasz ze swoim blogiem, jedno z niebezpieczeństw musisz być świadomy wypalenia blogera. Wielu blogerów wkłada tyle wysiłku w pierwszy miesiąc lub dwa blogi, że wyczerpują się po kilku tygodniach. Nie są w stanie utrzymać tego poziomu aktywność na dłuższą metę. Siedem postów tygodniowo jest nierealnym celem wielu blogów. Jeśli twoje jest jednym z nich, nie pobijaj się. Trzy do czterech wysokiej jakości postów tygodniowo to lepszy wynik niż siedem przeciętnych. Promowanie swojego bloga trzy razy w tygodniu przez komentowanie innych blogów, obecność na forach i nawiązywanie kontaktów z innymi blogerami może być dla Ciebie trudne. Skaluj go z powrotem do poziomu, który możesz utrzymać, az czasem możesz znaleźć się w stanie go podnieść. Kluczem jest ustalenie, ile czasu możesz przeznaczyć na blogowanie, a następnie nadanie priorytetu zadaniom, które musisz wykonać, aby Twój blog odniósł sukces.