

## **Pierwsze kroki**

Wyobraź sobie pracę, w której możesz zarabiać, dzieląc się opiniami na temat rzeczy, które Cię pasjonują - pracę, którą możesz wykonywać we własnym domu w całkowicie elastycznych godzinach, która prawie nie wymaga początkowej inwestycji finansowej. Dla wielu jest to praca na blogu. Nic dziwnego, że blisko 1% dorosłych Amerykanów przynajmniej część swojego życia zarabia na blogowaniu. Bureau of Labor Statistics donosi, że każdego roku w Ameryce około 2 milionów ludzi zarabia na blogowaniu. Spośród nich około jedna czwarta (452 000 osób) traktuje blogowanie jako główne źródło dochodu. Jeśli chcesz odnieść sukces jako bloger, ta informacja jest zarówno podnosząca na duchu, jak i przygnębiająca. Możliwe jest zarabianie pieniędzy na blogowaniu; wiele osób już to robi. Ale podobnie jak w przypadku innych kreatywnych zawodów, takich jak aktorzy i muzycy, ludzie, którzy nie zarabiają wystarczająco dużo, aby rzucić swoją codzienną pracę, znacznie przewyższają liczbę sławnych celebrytów zarabiających miliony dolarów. Nie będę kłamać i mówić, że łatwo jest zarabiać na życie jako bloger, ale prawdą jest, że każdy może to zrobić, pod warunkiem, że masz temat, który Cię pasjonuje, i poświęcisz się temu, by pisać o nim długoterminowo. Każda sekcja omawia inny element blogowania, od konfiguracji nazwy domeny po dywersyfikację źródeł dochodów. Ale chociaż blogowanie jest możliwą okazją do zysku dla każdego, najpierw wyjaśnimy kilka popularnych błędnych przekonań na temat blogowania.

## **Czym nie jest blogowanie**

### Nowy pomysł

Spójrzmy prawdzie w oczy - jest rok 2021 i wygląda na to, że każdy ma bloga. Gorączka złota z początku XXI wieku dobiegła końca. Możesz to wykorzystać na swoją korzyść. Poświęć trochę czasu w blogosferze, zanim zaczniesz tworzyć bloga. Przyjrzyj się kilku odnoszącym sukcesy blogom, aby zobaczyć, co robią dobrze, ale także sprawdź te, które odniosły sukces, i dowiedz się, co robią źle. Co najważniejsze, przejrzyj inne blogi na wybrany temat. Jak nasycony jest Twój rynek? Jeśli jest to popularny temat, oznacza to duże zainteresowanie i więcej potencjalnych klientów, ale oznacza to również, że będziesz musiał konkurować z innymi markami o bardziej ugruntowanej pozycji. Jaką wartość doda Twój blog do tego obszaru - i jak będzie się wyróżniał na tle innych? Blogowanie przeszło od koncepcji eksperymentalnej do ugruntowanego modelu biznesowego, a zrozumienie tego pomoże Ci od samego początku skuteczniej poruszać się po rynku.

## **Darmowy dla wszystkich**

Ponownie, atmosfera Dzikiego Zachodu w handlu internetowym na początku XXI wieku zniknęła. Istnieją zasady, których musisz przestrzegać, aby pozostać częścią społeczności blogerów. Niektóre z tych niewypowiedzianych punktów uprzejmości w tym, jak traktujesz społeczność, inne dotyczą reguł, które możesz zostać pozwany lub zamknięty za złamanie. Zasady dotyczące własności intelektualnej są szczególnie ważne do zrozumienia, jeśli chcesz dodać obrazy lub multimedia do swojej witryny. To może nie być ekscytująca część blogowania, ale znajomość zasad z góry pozwoli Ci uniknąć kosztownych błędów.

## **Hobby**

Cóż, może tak być, w ten sam sposób, w jaki gra na gitarze może być hobby - i to jest duża różnica między twoim współlokatorem z akademika a Ericem Claptonem: jeden robi to dla przyjemności, a drugi dla życia. Jeśli chcesz zarabiać na blogowaniu, musisz patrzeć na to jak na biznes. Nadal możesz się dobrze bawić, ale musisz być skłonny się do tego zaangażować, nawet jeśli nie jest to zabawne, jeśli chcesz, aby działało to dla Ciebie na dłuższą metę. Konsekwentne dostarczanie wysokiej jakości treści

będzie oznaczać poświęcanie czasu i wysiłku na swojego bloga. Powinieneś być przygotowany na poświęcenie co najmniej 10 godzin tygodniowo na swojego bloga i kontynuowanie tego nawet po tym, jak początkowe podekscytowanie minie.

### **Natychmiastowa wypłata**

Usłyszysz o sukcesach w świecie blogowania z dnia na dzień, ale najczęściej oznacza to, że wszyscy w internecie zdali sobie sprawę, że blog pojawił się tam z dnia na dzień. Najprawdopodobniej ten bloger od lat rośnie w siłę, pisząc treści i pracując nad budowaniem publiczności. Przez pewien czas bloger prawdopodobnie zarabiał niewiele lub wcale. Niewątpliwie doświadczyli pewnych niepowodzeń i próbowali rzeczy, które nie działały, ale wykorzystali te niepowodzenia jako doświadczenia edukacyjne, aby ulepszyć i rozwinąć swoją firmę. Faktyczny moment „odkrycia” blogów przez wielkie ligi może być często podyktowany szczęściem, ale te szczęśliwe chwile pojawiają się dopiero po ciężkiej pracy, aby stworzyć produkt wysokiej jakości.

### **Samodzielna firma**

Niektórzy blogerzy zarabiają dużo na samych przychodach z reklam, ale wielu blogerów zawdzięcza swój sukces finansowy dywersyfikacji źródeł dochodów. Najczęstszym sposobem rozwoju blogerów jest tworzenie produktów dla swoich stałych czytelników lub sprzedaż usług związanych z ich obszarem specjalizacji. Jeśli nie chcesz tworzyć oryginalnych produktów, przynależność do marek, które sprzedają produkty, może zwiększyć Twoje zarobki (najbardziej znany jest program partnerski Amazon). Pisanie i sprzedaż e-booków staje się coraz bardziej popularnym zyskownym dodatkowym dochodem, ponieważ usługi samodzielnego publikowania stały się tańsze i łatwiejsze w użyciu. Nie zamykaj się, myśląc o sobie tylko jako o blogerze, a otworzysz zupełnie nowy świat potencjalnych możliwości zysku.

### **Część 1: Znajdowanie swojej niszy**

Prawdopodobnie masz znajomych z osobistymi blogami, na których znajdują się wszystkie ich zainteresowania - zdjęcia ich dzieci i recenzje filmów, opowiadają o swojej ulubionej drużynie sportowej i wszystkim pomiędzy. Chociaż jest to dobre w przypadku osobistego bloga, jeśli chcesz blogować profesjonalnie, powinieneś zawęzić zakres tematyczny. Blog o wyraźnej tożsamości ma większe szanse powodzenia niż blog o szerokim zasięgu. Blog osobisty dotyczy Ciebie, podczas gdy blog profesjonalny dotyczy tego tematu. Możesz i powinieneś być przystojny i dzielić się swoją historią, ale tylko w zakresie, w jakim odnosi się ona do danego tematu. Zanim zaczniesz robić cokolwiek innego, aby założyć bloga, powinieneś wymyślić temat. Twoja nisza będzie miała wpływ na wybraną nazwę domeny, projekt strony i idealny harmonogram publikowania, aby spodobać się większości czytelników w Twojej okolicy.

### **Zbadaj rynek**

Wybór odpowiedniego rynku dla nowego bloga może być trudny. Chcesz znaleźć temat, który jest wystarczająco popularny, aby wzbudzić zainteresowanie i zarabiać pieniądze, ale taki, który nie był już przesycony opiniami blogerów. Znalezienie nowego spojrzenia na temat, coś, o czym ludzie jeszcze nie blogują, daje największą szansę na zaistnienie w biznesie na dłuższą metę - jeśli jest to dziedzina, w której istnieje zainteresowanie, a powód, dla którego nie ma blogerów na ten temat, to nie Bo nikt nie chce o tym czytać. Jedynym sposobem, aby się dowiedzieć, jest zbadanie tej dziedziny. Im większe zainteresowanie danym tematem, tym mniejszy procent całkowitego udziału w rynku, który musisz zdobyć, aby odnieść sukces, i tym bardziej wyspecjalizowana będzie Twoja nisza, aby zapewnić nowy głos. Weźmy na przykład blog kulinarny. Jedzenie jest tematem, który interesuje szerokie grono ludzi - ogólna liczba potencjalnych czytelników jest ogromna, ale jest już odpowiednio duża liczba blogów,

które mówią o jedzeniu. Nawet jeśli zawężysz to - powiedzmy, do bloga o gotowaniu - znajdziesz już tysiące innych blogów, które już to robią. Zainteresowanie tym obszarem jest tak duże, że trzeba będzie ponownie go zawęzić. Może jesteś weganinem i chcesz podzielić się przepisami na przygotowanie tradycyjnego wygodnego jedzenia, które jest przyjazne dla wegan. Prawdopodobnie zauważysz, że jest sporo wegańskich blogerów, ale komfort jedzenia sprawi, że będziesz na tyle inny, że będziesz nowym głosem w rozmowie, a jest wystarczająco dużo osób zainteresowanych tematem, którymi wszyscy możecie się podzielić. czytelnictwo i odniesiesz sukces. Załóżmy teraz, że masz mniej popularny temat - jako przykładu użyjemy naprawy instrumentów muzycznych. Naprawa instrumentów to praktyczny temat, który będzie interesował wiele osób, od profesjonalnych muzyków, przez dyrektorów zespołów, po ludzi grających na instrumentach dla przyjemności, ale nie obejmie tak szerokiej grupy jak gotowanie. Możesz przeprowadzić badania i odkryć, że istnieje wiele blogów z recenzjami instrumentów muzycznych, ale nie tak wiele, które koncentrują się na naprawie. Nie tylko nie musisz dalej rozbijać tematu na „naprawę instrumentów dętych” lub „naprawy w locie dla muzyków rockowych”, ale skupienie się na większej ilości prawdopodobnie zbyt wązi Twój temat. Nie ma takiej konkurencji dla blogów poświęconych naprawie instrumentów, jak dla blogów kulinarnych, ale grupa zainteresowanych czytelników jest również mniejsza, co oznacza, że aby odnieść sukces, trzeba przyciągnąć większy odsetek zainteresowanych czytelników. Innym sposobem, aby o tym pomyśleć, jest numeryczne uwzględnienie wielkości grupy docelowej. Załóżmy, że chcesz dotrzeć do 1000 unikalnych subskrybentów. Na pozór większa publiczność wydaje się dawać największą statystyczną szansę na znalezienie większej liczby czytelników. Jeśli jest 100 000 osób zainteresowanych X, a tylko 10 000 Y, może się wydawać, że jest to 10 razy tyle samo wiele możliwości wywarcia wrażenia na wyjątkowym czytelniku. Ale jeśli 1000 osób już bloguje o X, a tylko 10 o Y, oznacza to, że mniejsza grupa mimo wszystko będzie miała więcej czytelników na jednego blogera. Z X będziesz musiał walczyć z innymi blogerami o odebranie im części czytelników, jeśli chcesz osiągnąć swój cel; z Y teoretycznie możesz dotrzeć do swoich docelowych czytelników bez konieczności udostępniania czytelników innym blogerom. Rynek może być mniejszy, ale jest też mniej nasycony.

Oczywiście w prawdziwym świecie rzadko wszystko układa się tak czysto, ale ostateczny punkt pozostaje. Najlepsza nisza dla nowego bloga w 2020 roku niekoniecznie jest tą, która ma najwięcej obserwujących lub jest najbardziej wyjątkowa; najlepsza nisza to taka, która pozwala być nowym głosem społeczności, która będzie w stanie Cię wspierać. Nie powinieneś zakładać, jaki rodzaj aktywności istnieje w danym temacie na blogu, zanim zaczniesz zbierać informacje. Niektóre tematy mogą wydawać się niezwykle popularne, ale po przeprowadzeniu badań okazują się stosunkowo rzadkie, co czyni je idealnymi dla Ciebie potencjalnymi niszami. I na odwrót, możesz pomyśleć, że jesteś jedyną osobą zainteresowaną danym pomysłem, tylko po to, by odkryć, że blogosfera jest już opanowana przez ludzi bazgrających na twojej ezoterycznej niszy. Podczas badań rób notatki, aby upiec dwie pieczenie na jednym ogniu. Zakładki do blogów, które lubisz, ze względu na ich wygląd lub styl pisania autora, a następnie przeanalizuj je, aby znaleźć pomysły po skonfigurowaniu witryny. Jeśli blogi są w Twojej niszy, zarejestruj się na ich liście mailingowej, zwróć uwagę na ich posty i rozważ możliwość komentowania i dołącz do ich społeczności, gdy już założysz swojego bloga. Nigdy nie jest za wcześnie, aby zacząć budować dobrą wolę (i dobre nawyki) w swojej blogowej karierze.

### **Dlaczego ty?**

Sam blog nie jest produktem, który sprzedajesz konsumentowi. Strona bloga bardziej przypomina witrynę sklepową. Produkty, które są na sprzedaż, to Twoje pomysły i wiedza przekazana w Twoich postach. Aby przyciągnąć czytelników do swojego bloga, musisz dać im powód do wysłuchania tego, co konkretnie masz do powiedzenia na dany temat. Dlaczego ktoś miałby chcieć czytać Twojego bloga zamiast tych już założonych? Na przykład skorzystajmy z tematu profesjonalnej piłki nożnej. Istnieje

ogromna grupa docelowa, ale jaką wartość masz do zaoferowania czytelnikom? Czy masz wewnętrzne połączenie z graczami? Nowa metoda analizy gier? Mówienie o tym, jak bardzo coś Ci się podoba, może być dla Ciebie zabawne, ale czytanie tego nie jest zbyt interesujące. Najlepsi blogerzy mają wysoki poziom wiedzy na temat swojego tematu lub wnoszą do stołu wyjątkową perspektywę. Nawet jeśli dana nisza ma dużą potencjalną publiczność i niewiele konkurujących ze sobą głosów, nie przyciągniesz czytelników, jeśli nie masz nic ciekawego do powiedzenia na ten temat. Zanim podejmiesz ostateczną decyzję, w której niszy się zagłębić, zadaj sobie proste pytanie: dlaczego ja? Powinieneś być w stanie udzielić jednozdaniowej odpowiedzi, która sprawiłaby, że ktoś byłby zainteresowany przeczytaniem tego, co masz do powiedzenia.

## **Logistyka**

Jeśli Twój blog w naturalny sposób pasuje do Twojego codziennego harmonogramu i stylu życia, łatwiej będzie Ci włożyć wysiłek w jego utrzymanie i będziesz mniej prawdopodobne, że poczujesz się przytłoczony lub poddasz się z powodu wypalenia. Upewnij się, że badania, pisanie i marketing, które będziesz musiał przeprowadzić w wybranej niszy, są realistyczne dla Twojego życia, zanim zdecydujesz się na jakiś temat. Jeśli chcesz pisać o lokalnej scenie muzycznej, musisz zwrócić uwagę na to, by chodzić na wiele koncertów - może nie jest to najlepszy pomysł, jeśli musisz wstawać wcześniej rano do pracy. Jeśli chcesz pisać bloga finansowego, musisz być w stanie nadążać za trendami rynkowymi i na czas udzielać porad swoim czytelnikom, którzy liczą na to, że poprowadzisz ich przez szybko zmieniający się krajobraz. Nisza, którą wybierzesz, będzie miała również wpływ na to, jak zarabiasz na swoim blogu. Jeśli piszesz w większej niszy, stosunek ruchu przelotnego do liczby powracających czytelników może być wyższy. Otrzymasz wiele wyświetleń strony, które byłyby atrakcyjne dla reklamodawców, ale sprzedaż produktów może być trudniejsza. I odwrotnie, blog w małej niszy, która ma lojalne grono obserwujących, może nie uzyskać tak dużego ruchu, ale zysk na odwiedzającego może być wyższy, ponieważ ci odwiedzający kupują produkty i usługi, niezależnie od tego, czy są one dla Ciebie oryginalne, czy sprzedawane przez przyłaczacza.

## **Część 2: Domeny i hosting**

Przy pierwszym uruchomieniu bloga może być kuszące, aby umieścić go w bezpłatnej witrynie. W końcu to nadal blog dostępny w internecie, więc po co płacić więcej, niż trzeba skonfigurować? Darmowe usługi blogowe są dobre, jeśli jesteś hobbystą, ale mają one poważne wady, które mogą znacznie utrudnić Ci życie jako profesjonalnego blogera. Zasadniczo bezpłatne witryny nie zajmują tak dobrej pozycji w wyszukiwarkach, jak płatne nazwy domen. Nie zapewniają też dużej kontroli nad projektem, przez co strona wygląda nieoryginalnie i mniej profesjonalnie. Niektóre bezpłatne usługi również wyświetlają własne reklamy w Twojej witrynie, ograniczając Twoje szanse na uzyskanie dochodu z reklam.

## **Nazwy domen**

Nazwa domeny to Twój adres w Internecie (część witryny, która znajduje się między „www” i „.com”). Nową nazwę domeny można zarezerwować za pośrednictwem różnych usług online. Zarejestrowana domena nie może być niedostępna; niektórzy ludzie będą kupować domeny, aby je odsprzedać, chociaż są to często znacznie droższe opcje. Rejestracja nowej nazwy domeny nie jest kosztowna - zrobienie tego w GoDaddy może kosztować zaledwie 10 USD rocznie, a inne usługi oferują rejestrację domeny w przedziale od 20 do 40 USD. Niektóre nazwy domen są droższe niż inne. Przez pewien czas, kiedy miał miejsce pierwszy boom biznesowy w Internecie, inwestorzy kupowali nazwy domen z zamiarem odsprzedaży ich po wyższej cenie, a niektóre sięgały tysięcy, a nawet milionów dolarów (sex.com sprzedano za 13 milionów dolarów w 2010 roku, aktualny rekord; investing.com sprzedano za 2,5 miliona dolarów w 2012 r.). Jednak bańka w tej branży pękła i nawet najbardziej dochodowe

domeny spadły z powrotem na ziemię. Jeśli to możliwe, nazwa domeny powinna odpowiadać nazwie Twojego bloga. Nie musi; kiedy już jesteś właścicielem swojej nazwy domeny, możesz umieścić cokolwiek zechcesz w tej witrynie. Jednak dopasowanie adresu internetowego do nazwy bloga zapewni Ci większą rozpoznawalność nazwy i marki oraz ułatwi czytelnikom znalezienie Cię. Pomyśl o słowach i wyrażeniach związanych z Twoją niszą i swoim spojrzeniem na nią. Gdy znajdziesz już kombinację, która Ci się podoba, sprawdź, czy jest dostępna za pośrednictwem usługi rejestracji online. Ogólnie rzecz biorąc, jednowyrazowe tytuły (szczególnie te związane z popularnymi dziedzinami) są bardziej prawdopodobne, że zostały zakupione przez inwestora domeny, a ich uzyskanie będzie kosztowało dodatkowe pieniądze. Skorzystajmy z przykładu wegańskiego bloga kulinarnego z części 1. Gotowanie i wegańskie to popularne słowa, które prawdopodobnie zostały już użyte lub przynajmniej zostały zakupione przez inwestora. Pomyśl o następnym poziomie swojej niszy, a następnie - o wygodnym kącie jedzenia - i zastanów się nad możliwymi kombinacjami. Istnieje mniejsze prawdopodobieństwo, że zostały już użyte kombinacje dwóch i trzech słów. Przy odrobinie kreatywności możesz znaleźć otwartą nazwę domeny, która odnosi się do Twojej niszy i jest bardziej ekscentryczna i zapadająca w pamięć niż „VeganCooking.com”.

## **Hosting**

Gdy blog ma już nazwę domeny, ma adres, ale nie ma jeszcze domu. Pliki powiązane z Twoją witryną będą musiały znajdować się na serwerze, aby Twoi widzowie mieli do nich dostęp. Istnieje wiele witryn hostingowych. Wiele miejsc, które rejestrują domeny, oferuje również usługi hostingowe, co jest wygodne, ale przed zarejestrowaniem się upewnij się, że witryna oferuje usługi, których potrzebujesz. Blue Host to popularna witryna hostingowa dla blogerów WordPress, którzy przechodzą na samowystarczającą witrynę. Najważniejszą rzeczą do rozważenia jest to, ile ruchu internetowego możesz mieć w określonej witrynie hostingowej. Limity przepustowości nie będą miały znaczenia przy pierwszym uruchomieniu bloga, ale jeśli chcesz szybko zwiększyć ruch, nie narażaj się na porażkę, wybierając zbyt mały serwer. Wiele witryn hostingowych oferuje różne poziomy pakietów o różnych stawkach w zależności od potrzeb związanych z ruchem i ułatwia aktualizację w dół. Zwykle możesz płacić za hosting miesiąc po miesiącu i chociaż zwykle dostajesz niewielką zniżkę za zakup większej ilości czasu naraz, płacenie miesięczne może pozwolić Ci wypróbować usługę, jeśli nie masz pewności, czy zadziała. Przenoszenie hostów może być kłopotliwe, ale nie jest tak kosztowne ani trudne, jak byłaby to zmiana domeny; w przyszłości możesz zmienić zdanie bez wpływu na możliwość dostępu czytelnika do Twoich stron. Kiedy zaczynasz, często najtańszą opcją jest wspólne konto hostingowe. Ceny mogą zaczynać się już od 1 do 2 USD miesięcznie. Witryny oferujące tę opcję obejmują iPage, eHost i In Motion Hosting. Sprawdź witrynę hostingową, zanim się zarejestrujesz. Czy są niezawodne, czy widzisz użytkowników narzekających na ich usługi? Możesz także poszukać innych blogerów i sprawdzić, z jakich witryn hostingowych korzystają.

## **Twórcy witryn i CMS**

Masz nazwę domeny i hosta, na którym mogą znajdować się powiązane z nim pliki. Teraz wszystko, co musisz zrobić, to stworzyć swojego bloga i przenieść go do hosta - a jeśli nie jesteś osobą zorientowaną technicznie, może to być bardzo onieśmielające. Poziom zaangażowania, jaki chcesz mieć przy tworzeniu kodu strony w swojej witrynie, określi, jaki rodzaj edytora lub narzędzia do tworzenia witryn jest dla Ciebie najlepszy. Ludzie używają tych terminów na różne sposoby, pogłębiając zamieszanie. Edytor stron internetowych zapewnia największą kontrolę nad projektem strony, ale wymaga też pewnej wiedzy na temat HTML i CSS, a prawdopodobnie także takich zagadnień, jak JavaScript, PHP i Perl, jeśli chodzi o komponenty, których większość ludzi potrzebuje na blogu. Najbardziej podstawowym edytorem internetowym jest zwykły program tekstowy, taki jak Notatnik. Programy zwykłego tekstu będą wymagały napisania całego kodu, ale są najtańszą i najprostszą opcją. Programy

do edytowania stron internetowych, takie jak Dreamweaver i KompoZer, mają interfejs wizualny dla użytkownika, dzięki czemu tworzenie witryny internetowej jest bardziej podobne do projektowania dokumentu Word niż do pisania kodu komputerowego. Po zaprojektowaniu stron w edytorze internetowym nadal musisz przenieść je na serwer swojego hosta za pomocą programu FTP (File Transfer Protocol). Zarówno program FTP, jak i edytor stron internetowych będą musiały być zainstalowane na komputerze i masz pełną kontrolę nad ich używaniem - jest to główna zaleta korzystania z tej metody. Kreator witryn internetowych jest podobny do edytora witryn internetowych, z tym wyjątkiem, że działa całkowicie online zamiast za pośrednictwem komputera. Usługi kreatora witryn są świadczone przez większe firmy hostingowe (takie jak GoDaddy), choć często za dodatkową opłatą. Projektant serwisu online będzie miał interfejs podobny do edytora stron internetowych, takiego jak Dreamweaver czy KompoZer. Ponieważ jednak tworzysz swoje witryny bezpośrednio na hoście, nie musisz się martwić o przesyłanie ich za pomocą programu FTP, a do edycji swojej witryny możesz użyć dowolnego urządzenia, a nie tylko jednego komputera z zainstalowanym oprogramowaniem. Nawet jeśli korzystasz z oprogramowania do edycji witryn lub narzędzia do tworzenia witryn online, podstawowa znajomość przynajmniej HTML i CSS będzie bardzo pomocna w nadaniu witrynie pożądanego wyglądu. Nawet jeśli nie wiesz, jak je zakodować, powinieneś zrozumieć, co robią i umieć je zinterpretować, gdy je zobaczysz. System zarządzania treścią (CMS) to oprogramowanie instalowane bezpośrednio na hoście internetowym (nie na komputerze), które usprawnia dodawanie niezbędnych funkcji witryny, takich jak tagi i kategorie stron, funkcje wyszukiwania i archiwizacji lub fora i sekcje komentarzy. W przypadku korzystania z narzędzi do tworzenia witryn lub edytorów witryn każda z tych funkcji będzie musiała zostać dodana ręcznie, co może być niezwykle czasochłonne, nawet jeśli jesteś ekspertem od kodowania stron internetowych. Systemy zarządzania treścią również znacznie ułatwiają przeprojektowanie wyglądu całej witryny. Oprogramowanie CMS zajmuje miejsce na serwerze, a strony internetowe uruchamiane z systemem CMS zużywają więcej pamięci RAM i procesora niż te tworzone przez edytor witryn. W dni o dużym natężeniu ruchu może to oznaczać, że strony ładują się wolno lub mogą powodować problemy z limitami zasobów, jeśli używasz serwera współdzielonego. Nie masz też takiej kreatywnej kontroli nad funkcjami i elementami projektu strony, jak przy projektowaniu jej całkowicie samodzielnie. Główną zaletą oprogramowania CMS jest to, że pozwala skupić się na treści. Nie musisz martwić się o poprawianie linii kodu lub ręczne dostosowywanie stron, gdy decydujesz się na nowy układ - co oznacza, że masz więcej czasu na pracę nad ważnymi rzeczami. W Internecie istnieje kilka programów CMS przeznaczonych dla blogerów, z których wielu można używać bezpłatnie. WordPress jest prawdopodobnie najpopularniejszym. Wiem, o czym myślisz - czy WordPress nie jest jedną z tych bezpłatnych witryn do blogowania? Może (WordPress oferuje darmowy hosting blogów), ale możesz też pobrać go jako oprogramowanie i zainstalować w swojej domenie. Z pewnością nie jest to jednak jedyny produkt na rynku; nie spiesz się i dokładnie zastanów się, jakich funkcji będziesz potrzebować. Podobnie jak w przypadku zmiany nazw domen, zmiana oprogramowania CMS może być półtorarocznym bólem głowy, jeśli trzeba to zrobić w przyszłości. Ruhul Amin jest założycielem Tips and Tricks HQ, australijskiego bloga, którego celem jest edukowanie innych blogerów na temat WordPressa i innych technicznych aspektów blogowania. Jego witryna jest nie tylko nienagannie zaprojektowana i odnosi duże sukcesy, ale może być również cennym źródłem informacji dla nowych blogerów, którzy nie mają pewności od strony technicznej. Amin podkreśla znaczenie wysokiej jakości nazwy domeny w swoich postach i ma kilka wskazówek dla czytelników: używaj słów kluczowych, ułatwiał jej zapamiętywanie i postaraj się, aby była krótka. Amin radzi: „Ważne jest, aby odwiedzający zorientował się, o czym jest witryna, po prostu patrząc na nazwę domeny... jeśli [odwiedzający] nie pamiętają nazwy domeny, istnieje ryzyko utraty potencjalnego ruchu”. Jeszcze jedna wskazówka od Amina: pamiętaj, że możesz używać łączników między słowami w nazwach domen, jeśli pomaga to w ogólnej czytelności, tak jak robi to na jego stronie ([www.tipsandtricks-hq.com](http://www.tipsandtricks-hq.com)). Może to nie tylko

sprawić, że nazwa Twojego bloga będzie bardziej czytelna dla odwiedzających, ale także może być sposobem na uzyskanie idealnej nazwy domeny, jeśli została zakupiona wersja bez wyrazów.

### **Część 3: Budowanie marki**

Twoja marka jest podstawą tożsamości i celu Twojego bloga. W swoim artykule „7 zasad odnoszących sukcesy blogerów” Robert Pagliarini definiuje Twoją markę jako „emocjonalną reakcję, którą ktoś odczuwa, gdy słyszy Twoje imię”. Masz teraz markę, nawet jeśli nie zdajesz sobie z tego sprawy - w rzeczywistości prawdopodobnie masz kilka. Jedną markę masz w pracy, inną z rodziną, a może nawet inną z różnymi grupami przyjaciół. Dla wielu nowych blogerów to część problemu. Twoje prawdziwe marki są zbyt różnorodne i rozproszone, by stworzyć fascynujący blog; musisz zawęzić i sprecyzować swoją markę w opakowanie nadające się do sprzedaży. Marka to połączenie Twojej osobowości i reputacji. Twoja osobowość to sposób, w jaki próbujesz zaprezentować się innym; Twoja reputacja kształtuje się w sposobie, w jaki z nimi współpracujesz. Kiedy zaczynasz jako blog i nie zbudowałeś jeszcze reputacji, będziesz pracował wyłącznie na sile swojej osobowości. Konieczne jest więc podjęcie decyzji, jaka będzie Twoja marka, zanim zaczniesz pisać posty, a następnie konsekwentne wzmacnianie tej marki poprzez swoje treści.

### **Graj dla swojej publiczności**

Wyobraź sobie swojego idealnego czytelnika. Pomyśl o tym, jak spędzają czas. Czy są singlami, czy mają rodzinę? Gdzie oni żyją? Jakie są ich wartości? Dostosowanie marki do odbiorców może pomóc Ci lepiej skupić się na pierwszych kilku postach i pomóc w szybszym ustaleniu tożsamości. Oczywiście nie powinieneś też posuwać się za daleko. Nie udawaj nowej osoby tylko po to, by przyciągnąć więcej czytelników. Nie zmieniasz swojej osobowości, po prostu określasz, które jej aspekty będą najbardziej atrakcyjne dla Twojego docelowego czytelnika. Rozważ to w ten sposób: kiedy jesteś w pracy, prawdopodobnie ubierasz się inaczej, zachowujesz się inaczej i używasz innego słownictwa niż kiedy spędzasz czas z kumplami w barze lub oglądasz telewizję z dziećmi w domu. Wszystkie te wersje siebie to „ty”, po prostu dostosowujesz je do sytuacji. Większość ludzi robi to podświadomie w odpowiedzi na niewerbalne wskazówki i wskazówki z otoczenia. Dzięki blogowaniu nie możesz zobaczyć ludzi, z którymi się kontaktujesz; Bez tych wskazówek kontekstowych konieczne jest skonstruowanie osobowości, której chcesz użyć, zamiast pozwolić, aby podświadomość zrobiła to za Ciebie. Pomyśl o swoim idealnym wizerunku. Chcesz być przyjacielskim powiernikiem? Kompetentny ekspert? Przypomnij sobie pytanie „dlaczego ja?” pytanie, na które odpowiedziałeś w Części 1. Jeśli powodem, dla którego wybrałeś swoją niszę, jest to, że przestudiowałeś ten temat i masz dużo wiedzy do podzielenia się, Twoja marka może mieć na celu edukację czytelników. Ta marka nie zadziała, jeśli jesteś względnie nowicjuszem w swoim obszarze tematycznym; może zamiast tego Twoja marka nauczyłaby się, jak zostać lepszym szefem kuchni lub znaleźć najlepsze atrakcje w swoim mieście i zabrać czytelnika do swoich odkryć. Jeśli masz problem z wymyśleniem tego, jaka ma być Twoja marka, może po prostu pomóc staromodna burza mózgów. Wyjmij pustą kartkę papieru i długopis. Napisz duży tekst „Chcę, aby mój blog&hellip;” u góry kartki, a następnie zapisz, jakie słowa przyjdą Ci do głowy. Połącz te słowa w koncepcje i zdania, zmieniając je i łącząc, aż poczujesz, że dotarłeś do sedna tego, co próbujesz przedstawić. Prawdopodobnie słyszałeś termin „prezentacja w windzie”, opis twojego produktu lub pomysłu, który może być przekazany w czasie potrzebnym do przejechania windą - około trzydziestu sekund, jeśli chcesz umieścić na nim liczbę. Zanim zaczniesz blogować, powinieneś być w stanie zaprezentować swoją markę i temat. Kiedy już to zrobisz, powinieneś mieć wystarczająco jasną koncepcję swojej marki, aby zachować spójność we wczesnych postach.

### **Znaczenie projektu**

Układ i projekt Twojego bloga da czytelnikowi pierwsze wrażenie o Tobie. Z praktycznego punktu widzenia chcesz mieć pewność, że jest zarówno łatwa w nawigacji, jak i czytelna. Ważne posty powinny mieć widoczne miejsce na stronie, a kolorystyka nie powinna zakłócać czytelności tekstu. Gotowy szablon, taki jak te dostępne w WordPress, może być dobrym miejscem do rozpoczęcia projektowania bloga, ale należy dostosować co najmniej kilka jego elementów, aby wyróżniał się spośród tysięcy innych, które go używają układ. Projekt, który wybierzesz dla swojego bloga, powinien w jakiś sposób odzwierciedlać Twoją markę lub niszę. Idealnie byłoby, gdyby czytelnik był w stanie spojrzeć na twoją stronę bez czytania słowa i uzyskać podstawowe pojęcie o temacie twojego bloga. Układ i wybór kolorów odgrywają w tym pewną rolę; Jeśli prowadzisz bloga fotograficznego, powinieneś wybrać format, który na przykład uwydatnia obrazy. Rozważ specjalne funkcje. Blog finansowy może okazać się pomocny w instalacji śledzenia giełdy na żywo na ich stronie głównej; bloger sportowy może mieć pasek wyników i wyników meczów. Świetnym sposobem na sprecyzowanie swojej marki jest zaprojektowanie logo, które odzwierciedla zarówno Twoją niszę, jak i Twoją osobowość. Możesz to zrobić samodzielnie, jeśli jesteś artystą, ale dla wielu osób warto zainwestować pieniądze w zatrudnienie freelancera, który zaprojektuje dla Ciebie logo. Logo będzie reprezentować Twoją markę w umysłach większości czytelników, a początkowa inwestycja w zatrudnienie projektanta zostanie wielokrotnie spłacona poprzez zwiększenie rozpoznawalności Twojej marki. Chociaż jest to najważniejsze w przypadku Twojego logo, może to dotyczyć również innych aspektów projektu Twojego bloga. Jeśli potrzebujesz niestandardowych obrazów lub unikalnego formatu układu, ale nie masz tła projektowego ani kodowego, które pozwolą Ci je kompetentnie wykonać, nie bój się szukać freelancera, który dokończy pracę za Ciebie. Dobrze zaprojektowana witryna z większym prawdopodobieństwem przyciągnie odwiedzających i ostatecznie będzie warta początkowej inwestycji finansowej.

#### **Część 4: Planowanie i cele**

Kiedy ktoś przygotowuje się do założenia małej firmy, często radzi się, aby wymyślić biznesplan, zanim jeszcze znajdzie fundusze lub szuka lokalizacji. Ze względu na ilość zaangażowanych pieniędzy inwestorzy chcą wiedzieć, że właściciel przemyślał każdy aspekt swojej działalności - a co najważniejsze - zaplanował, w jaki sposób będzie zarabiać i rozwijać się - zanim zechcą poprzeć tę koncepcję. Chociaż nie musisz naciskać na inwestorów, gdy zaczynasz blog, odrobina planowania zorientowanego na cele jest nadal najlepszym sposobem, aby uczynić z Twojego bloga dochodowe przedsięwzięcie, a nie tylko hobby i pochłanianie czasu. Pamiętaj, że sukcesy z dnia na dzień są bardzo rzadkie, nie tylko w blogowaniu, ale w każdej dziedzinie życia. Praca włożona na początku procesu może zacząć przynosić zwroty dopiero po upływie roku lub więcej. Jeśli nie jesteś gotowy na długą grę, prawdopodobnie za szybko się poddasz i nigdy nie zobaczysz swojego bloga w pełni wykorzystującego swój potencjał. Nie będziesz musiał inwestować dużych pieniędzy w założenie bloga, ale będziesz musiał poświęcić swój czas na tyle konsekwentnie, aby czytelnicy postrzegali Cię jako godnego zaufania. Zaplanuj sobie co najmniej godzinę na codzienną pracę nad swoim blogiem. Zaangażuj się w to tak bardzo, jak zmieniałbyś się w miejscu pracy. Jeśli nie traktujesz swojego bloga tak, jakby był ważny, nie możesz oczekiwać, że czytelnicy poczują się inaczej

#### **Wyznaczanie realistycznych celów**

Każdy chciałby zarabiać sześciocyfrowe dochody z domu, rozmawiając o jednej ze swoich pasji. To nie jest nierealistyczny cel na dłuższą metę. Problem polega na tym, że wiele osób myśli, że założy bloga i za kilka miesięcy uda im się przejść na emeryturę. Kiedy nie osiągają tego szczytu sukcesu od razu, zniechęcają się i poddają. Wyznaczanie realistycznych celów nie oznacza, że nie możesz marzyć. Zamiast tego oznacza rozbicie tych wielkich marzeń na części i zastanowienie się, jakie krótkoterminowe kroki można podjąć, aby osiągnąć długoterminowy sukces. Przede wszystkim



powinieneś określić, jakie są twoje długoterminowe cele. Gdzie blogowanie pasuje do Twojej idealnej przyszłości? Czy jest to coś, co w końcu masz nadzieję wykorzystać jako swoje główne źródło dochodu, czy też postrzegasz to jako po prostu część większej całości? Wysilek, jaki będziesz musiał włożyć, aby przekształcić bloga w pracę na pełny etat, jest zupełnie inny niż to, co będzie wymagane, aby zarobić trochę pieniędzy na dodatkowe wydatki. Jeśli jesteś właścicielem małej firmy lub linii produktów, blog może być bardziej Twoim sposobem komunikowania się z klientami niż głównym źródłem dochodu - integralną częścią całego pakietu, ale nie głównym źródłem dochodów. Jeśli masz nadzieję, że blogowanie stanie się Twoją pracą na pełen etat, od samego początku powinieneś traktować to jak pracę na pół etatu; jeśli ma być projektem pobocznym, możesz poświęcić więcej czasu na jego rozwój. Kiedy już pomyślisz o swoich długoterminowych celach, poszukaj informacji na temat innych blogów w swojej niszy. Zaczynaj od przyjrzenia się najpopularniejszym i odnoszącym największe sukcesy. Ile wyświetleń stron i komentarzy ma większość z nich? Jak często publikują? Ilu obserwujących mają na Facebooku i Twitterze - i ile czasu zajęło im dotarcie do tego punktu? Jeśli najlepszy blog w Twojej niszy ma 3000 obserwujących, wyznaczenie celu 5000 obserwujących w ciągu pierwszych sześciu miesięcy najprawdopodobniej doprowadziłoby do porażki. Ustaw mniejsze kamienie milowe. Jeśli chcesz mieć 1000 subskrybentów, musisz najpierw zdobyć 100 subskrybentów. Następnie możesz przejść do 500 i tak dalej, dając ci punkty odniesienia osiągnięć do osiągnięcia po drodze.

### **Planowanie swoich postów**

Należy wziąć pod uwagę dwa poziomy i powinieneś naszkicować plan dla obu, zanim zaczniesz pisać treść. Istnieje tygodniowy harmonogram, kiedy chcesz, aby Twoje posty były publikowane, a także miesięczne i roczne harmonogramy punktów lub wydarzeń, które chcesz osiągnąć. Wielu blogerów po prostu publikuje posty, gdy uderza ich duch. Mogą mieć cztery stanowiska w ciągu trzech dni, a następnie dwutygodniową przerwę do następnego. Nie szkodzi, jeśli jesteś hobbystą lub jeśli blog nie jest Twoim głównym źródłem dochodów, ale aby zapewnić dochodowość Twojego bloga, lepiej utrzymywać regularny harmonogram, na którym mogą polegać Twoi czytelnicy. Dokładny termin opublikowania będzie zależał od Twojej niszy. Blogi oparte na wiadomościach mogą wymagać codziennej aktualizacji, aby były aktualne. W przypadku tematów mniej wrażliwych na czas możesz wybrać wybrane dni tygodnia. Jak zawsze, weź pod uwagę grupę docelową. Blog biznesowy może chcieć mieć post w skrzynkach odbiorczych subskrybentów każdego ranka w dni powszednie; e-maile wysłane w weekend byłyby rzadziej przeglądane.

Blog o życiu nocnym w mieście może chcieć opublikować duży post w czwartek, kiedy subskrybenci planują weekend. Niezależnie od Twojej niszy, tygodniowy harmonogram informuje czytelników, kiedy powinni spodziewać się Twojej wiadomości i skuteczniej buduje silną bazę subskrybentów. Roczne planowanie będzie bardziej przydatne w zarządzaniu treścią i określaniu, w jakich okresach zainteresowanie Twoją niszą będzie największe. Niektóre z tych rzeczy będą uniwersalne - każdy bloger, który sprzedaje produkty, powinien zanotować okres świątecznych zakupów w swoim rocznym kalendarzu - ale wiele z nich będzie bardziej dostosowanych do Twojej niszy. Blog ogrodniczy może chcieć zaplanować wydanie nowego produktu na okres późnej zimy lub wczesnej wiosny, kiedy wielu czytelników będzie planować swoje ogrody. Blog dla rodziców może zawierać specjalne treści na sezon szkolny. Zapisując to wszystko, możesz wyraźniej zobaczyć, do jakich punktów roku chcesz dążyć i gdzie może być trudniej wymyślić treść, co pozwoli Ci odpowiednio zaplanować.

### **Współpraca**

Współpraca z innym blogerem może być łatwym sposobem na sprawne działanie witryny, a jednocześnie rozłożenie presji i obciążenia związanego z jej utrzymaniem. Pozwala każdemu z was wziąć wolny czas, kiedy zajdzie taka potrzeba, a także może pomóc w dodaniu większej liczby

perspektyw do treści bloga, zwiększając jego atrakcyjność. Upewnij się tylko, że starannie wybierasz partnerów do współpracy. Powinien to być ktoś, z kim się dobrze dogadujesz, ale także ktoś, na kogo możesz liczyć, że wykona sprawiedliwy udział w pracy. Ostatecznie celem jest, aby było to dochodowe przedsięwzięcie biznesowe i od samego początku należy upewnić się, że wszyscy zaangażowani są po tej samej stronie i zaangażowani w tę sprawę. Nawet jeśli dana osoba jest członkiem rodziny lub bliskim przyjacielem, dobrze jest napisać i podpisać wspólnie umowę, aby upewnić się, że oczekiwania są jasne.

### **Sztuka blogowania**

Sukces bloga zależy od trzech głównych czynników: jakości treści, wielkości odbiorców i tego, jak dobrze jest on połączony w sieć ze społecznością. Jedną z tych rzeczy, nad którą Ty jako bloger masz największą kontrolę, jest sama zawartość. Chociaż są rzeczy, możesz zrobić, aby zwiększyć liczbę swoich czytelników i nawiązać kontakty sieciowe, jeśli Twoje treści nie są w stanie poskromić, nie będziesz w stanie zbudować oddanej publiczności ani uzyskać linków zwrotnych z innych blogów, bez względu na to, jak agresywnie jesteś. zareklamuj swój produkt. Pamiętaj, aby zawsze myśleć o swoich odbiorcach i zwracać uwagę na trendy zachodzące w Twojej niszy za każdym razem, gdy pracujesz nad swoim blogiem, niezależnie od tego, czy jest to pisanie posta, czy też interakcja z czytelnikami. Coś, co działa na blogu politycznym, może nie pasować do bloga o ogrodnictwie i odwrotnie. Różnorodność jest również ważna, aby utrzymać zainteresowanie czytelnika. Jeśli możesz, zmieniaj od czasu do czasu długość postów i stosunek obrazów do tekstu. Blogerka modowa może kontynuować długi artykuł z niedawnego programu, na którym była obecna, krótką notką o nowej torebce od swojego ulubionego projektanta. Styl postów powinien być tak samo kreatywny i otwarty, jak w przypadku treści.

### **Część 5: Jakość dotycząca treści**

Prawdopodobnie słyszałeś już wcześniej, że „treść jest królem” i to prawda. Jakość treści jest tym, co zbuduje twoich fanów i przyniesie możliwości zysku i ekspansji. Chcesz, aby posty na Twoim blogu były wartościowe dla czytelnika i były interesujące do przeczytania. Powinien być również profesjonalny i wolny od rozpraszających błędów. Czytelnicy zwykle wybaczą błędną literówkę lub niezgodność czasownika, ale trudniej będzie przekonać czytelnika, aby ci zaufał, jeśli konsekwentnie będziesz mieć problemy z polską mechaniką. Moduł sprawdzania pisowni i gramatyki w Twoim edytorze tekstu wyłapie większość błędów; nawet jeśli jesteś pewny swoich umiejętności pisania, włączaj go w każdym poście, zanim się pojawi, aby wyeliminować głupie literówki i błędy. Powinien mieć nagłówek, który sprawi, że czytelnik będzie chciał go kliknąć (należy jednak uważać na tytuły w stylu „przynęty na kliknięcie”, które celowo wprowadzają w błąd). Treść powinna mieć logiczny przepływ, a główne pomysły powinny być wyraźnie zaznaczone na listach punktowanych lub w oddzielnych akapitach. Kiedy po raz pierwszy zaczynasz swój blog, wszystkie publikowane przez Ciebie posty powinny być bezpośrednio związane z Twoją niszą. Chcesz przekazać swoją markę od samego początku, aby czytelnicy wiedzieli, czego się od Ciebie spodziewać. Chcesz również wykazać się wiedzą na temat dziedziny, w której piszesz, aby uzyskać wiedzę na ten temat i pokazać czytelnikom, dlaczego powinni dbać o Twoje opinie. Twoje pierwsze 10-15 postów powinno być bezpośrednio związanych z Twoją niszą. Niektórzy odnoszący sukcesy blogerzy czasami odchodzą od tematu, ale to powinno poczekać, aż ustalisz swoją tożsamość.

### **Treść podstawowa**

Blogujący ekspert Yaro Starak w swoich felietonach z poradami mówi o czymś, co nazywa się „artykułem filarowym”. Chris Garret nazywa to „treścią flagową”, a Brian Clark - „treścią podstawową”. Wszyscy ci eksperci opisują tę samą podstawową rzecz: artykuły, które dają czytelnikowi jasną koncepcję Twojej niszy i opinie na jej temat. Artykuły z podstawową treścią powinny mieć długi bok i

zawierać około 500-1 000 słów, w zależności od formatu. Te posty nie powinny być zależne od czasu; Czytelnik, który zobaczy post za rok, powinien nadal uznać go za istotny. Te posty najprawdopodobniej otrzymają linki zwrotne z innych witryn i najlepiej będzie, jeśli nadal będą przyciągać nowych czytelników długo po ich pierwszym opublikowaniu. Aby nie zostały one zakopane w Twoich archiwach, dobrym pomysłem jest umieszczenie tych postów w osobnym obszarze, niezależnie od tego, czy jest to menu rozwijane, czy linki na pasku bocznym - dzięki temu nowi czytelnicy będą mieli łatwy dostęp do najbardziej przydatnych treści. Możesz również samodzielnie odwoływać się do tych artykułów w przyszłych postach, aby pomóc nowym czytelnikom je znaleźć i przeczytać. Im więcej postów z podstawową zawartością umieścisz na swoim blogu, tym lepiej. Pięć to dobre minimum i powinieneś umieścić co najmniej dwa w swoich pierwszych dziesięciu postach. Ostatecznym celem każdego dobrego posta z podstawową treścią jest nauczenie czytelników czegoś, niezależnie od tego, czy jest to umiejętność związana z Twoją niszą, wyjaśnienie koncepcji czy opinia, która pomoże im zobaczyć Twoją niszę w nowy sposób. Jeśli nie masz pewności, jakiego rodzaju artykuł napisać, poniżej wymieniono kilka podstawowych opcji dotyczących treści, które mogą pomóc Ci zorientować się, od czego zacząć. Strony ze słownikami to listy terminów związanych z Twoją niszą, które definiujesz dla czytelnika własnymi słowami. Strony ze słownikami są często przydatnym narzędziem, jeśli Twoja nisza jest związana z technologią, finansami, prawem lub jakąkolwiek inną dziedziną, która ma bardzo specyficzną lub ezoteryczną terminologię. Są również świetnym sposobem uzyskiwania linków wstecznych, ponieważ inne blogi mogą odnosić się do Twojej strony, jeśli nie mają własnych stron z glosariuszami. Artykuły instruktażowe krok po kroku uczą czytelnika, jak wykonać zadanie lub stworzyć produkt, często ze zdjęciami na kluczowych etapach. Wpisy z przepisami na blogach kulinarnych pasują do tej kategorii i są prawdopodobnie najbardziej znanym przykładem, ale styl tego artykułu dotyczy prawie każdej niszy. Pomyśl o czymś w swojej branży, co potrafisz robić, a czytelnicy mogą tego nie robić - kluczową rzeczą jest tutaj podzielenie się wiedzą o czymś, z czym masz doświadczenie. Białe księgi są podobne do artykułów instruktażowych, ale zawierają bardziej szczegółowe informacje. Biała księga to zazwyczaj 2-10 stronicowy dokument, który uczy czytelników o koncepcji lub temacie związanym z Twoją branżą. Powinno to być wszechstronne rozwiązanie powszechnego problemu w Twojej niszy. Zamiast być pojedynczym, długim postem na blogu, często najlepiej jest przedstawiać oficjalne dokumenty jako dokumenty PDF, które mogą pobrać czytelnicy. Możesz także wpisać treść w kilka postów na blogu i połączyć je w serię. Artykuły z listami to doskonała podstawowa treść, ponieważ ludzie uwielbiają je czytać i udostępniać, a także mogą być dobre do ożywienia rozmowy w sekcji komentarzy. Mogą przybierać kilka form. Listy porad zawierają wskazówki dla czytelników, jak wykonywać zadania („4 sposoby na lepszy sen” lub „5 rzeczy do zrobienia przed uzyskaniem kredytu hipotecznego”). Listy rankingowe są idealne dla blogów popkulturowych lub poświęconych produktom, które mogą również zawierać linki do produktów sprzedawanych przez podmiot stowarzyszony w celu zwiększenia rentowności artykułu. Informacyjne listy dzielą się wiedzą z czytelnikiem („najbardziej niedoceniane horrory” lub „niespodziewane korzyści płynące z zielonej herbaty”) i mogą być przydatne w każdej niszy.

Opinie i artykuły redakcyjne są najczęściej widoczne na blogach z komentarzami politycznymi i społecznymi i mogą być szczególnie przydatne do wzbudzania kontrowersji w sekcji komentarzy. Te fragmenty powinny zaczynać się od jasnego stwierdzenia tezy, bez względu na to, czy jest to teoria, opinia czy argument. Oprzyj swój argument dobrze przedstawionymi argumentami i upewnij się, że myśl jest wyjątkowa - pamiętaj, że chcesz dodać nową wartość do swojej branży, a nie powtarzać te same pomysły, które zostały przedstawione gdzie indziej. Upewnij się również, że Twoja opinia wzmacnia Twoją ugruntowaną markę.

## SEO

SEO to skrót od Search Engine Optimization, a to, jak ważne jest uzyskiwanie dobrych wyników w wyszukiwarkach, jest wciąż przedmiotem dyskusji w społeczności blogerów. Ideą SEO jest to, że używając słów kluczowych w toku postów, możesz uzyskać wyższą pozycję na listach wyników, gdy użytkownicy wyszukują te hasła, co oznacza, że przyciągniesz więcej odwiedzających Twoją witrynę. Nikt nie dyskutuje, że jest to coś, co ci pomoże; eksperci od blogowania nie zgadzają się z tym, na ile trzeba skupić się tylko na gęstości słów kluczowych. Jeśli piszesz dobre treści, które są silnie związane z Twoim tematem niszowym, Twoje posty będą naturalnie bardzo bogate w słowa kluczowe bez wkładania specjalnego wysiłku. Nadmierny nacisk na gęstość słów kluczowych może sprawić, że Twoje posty będą powtarzalne lub sztywne. Umieszczenie zbyt wielu słów kluczowych w swoich postach sprawia, że wyglądasz jak spamer (tzw. „Upychanie słów kluczowych”) i roboty wyszukiwarek ignorują Cię, jeśli jesteś tego winny. Najważniejsze miejsca, w których należy podkreślić słowa kluczowe w swoich postach, to nagłówek strony i tag tytułu. Nadając swoim stronom nazwy, spraw, by były wyszukiwarkami w przyjazny sposób, nadając im nazwy, które jasno określają, o czym jest strona, a nie wewnętrzny system klasyfikacji. Skoncentruj się na samej treści na pomysł i nie przejmuj się zbyt wiele umieszczaniem w niej haseł - jeśli dotyczy tematu Twojej niszy, w naturalny sposób pojawi się w wynikach wyszukiwania. Lepszym sposobem optymalizacji pozycji w wyszukiwarkach jest okresowe odsyłanie do własnych stron. Im więcej linków prowadzi do strony, tym większe prawdopodobieństwo, że pojawi się wyżej na liście wyników wyszukiwania. Podobnie jak w przypadku słów kluczowych, nie przesadzaj. Odwołaj się do poprzednich postów, gdy jest to logiczne, nie tylko ze względu na SEO.

### **Znajdowanie swojego głosu**

Wiele osób popełnia błąd, chcąc przedstawić swoim czytelnikom doskonały obraz siebie. Chociaż chcesz zaprezentować się jako osoba, której czytelnik może zaufać, chcesz też pokazać im, że jesteś prawdziwą osobą. Istnieją tysiące blogów na każdy temat, jaki można sobie wyobrazić, a ostatecznie Twoja osobowość i opinie sprawiają, że Twój blog będzie tym, o czym czytelnicy będą chcieli przeczytać. Bądź gotów dzielić się swoimi porażkami, wyzwaniem i zmaganiem. Sprawia, że będziesz bardziej znany, a czytelnik ostatecznie będzie ci bardziej ufał, jeśli będzie wiedział, że jesteś osobą, która może przyznać się do swoich błędów. Dobry wpis na blogu powinien mieć ton rozmowy ze znajomymi. Jeśli nie wiesz, jak to zrobić, możesz wypróbować kilka sztuczek. Spróbuj sobie wyobrazić, że pisząc posty, rozmawiasz z kimś w swoim życiu, na przykład z rodzeństwem lub przyjacielem. Jak wyjaśniłbyś pojęcia z twojej dziedziny, żeby twoja siostra mogła je zrozumieć? Pisząc, używaj tego samego języka, którego używasz głośno w przyjacielskiej rozmowie. Zwłaszcza jeśli nie jesteś wyszkolonym pisarzem, terminy takie jak „głos” i „ton” mogą być czasami trudne do zrozumienia. Co oznacza „przyjazny ton”? Wyobraź sobie, że znowu rozmawiasz z tym samym znajomym na temat, który poruszasz w swoim poście, ale zamiast iść prosto do klawiatury, nagraj siebie głośno odpowiadając na pytanie. Posłuchać nagrania. Przepisz zdania, które szczególnie lubisz, a następnie uzupełnij te wersy, próbując dopasować je do tego tonu. Po napisaniu posta przeczytaj go ponownie na głos, a następnie wróć i zmień miejsca, które wydają się niezręczne lub zbyt formalne. Gdy poczujesz się bardziej komfortowo w procesie pisania, będziesz w stanie uzyskać ten ton rozmowy bezpośrednio na stronie.

### **Konsekwencja i zaufanie**

Jedną z najważniejszych rzeczy jest zbudowanie zaufania czytelnika. Upewnij się, że Twoje treści są zawsze oparte na faktach i oryginalne. Jeśli masz w zwyczaju papugować, a nawet wręcz kopiować kogoś innego, Twój blog nie wnosi żadnej nowej wartości do życia czytelnika. Wasze opinie powinny być wasze i powinniście być przygotowani, aby ich przestrzegać. Jeśli Twoi czytelnicy czują, że jesteś godny zaufania, z większym prawdopodobieństwem okażą Ci swoją lojalność. Możesz także być niezawodny dla swojego czytelnika, publikując posty zgodnie z harmonogramem i nie tracąc postów, gdy możesz w tym pomóc. Niektórzy blogerzy publikują codziennie; inni publikują w wybrane dni

tygodnia. Dwa razy w tygodniu to dobra częstotliwość, gdy dopiero zaczynasz. Piszesz wystarczająco często, by dać ludziom powód do powrotu, ale nadal masz czas na inne aspekty swojego bloga, takie jak znajdowanie reklamodawców i komunikowanie się z czytelnikami, bez poczucia przytłoczenia.

### **Część 6: Poszerzanie grona czytelników**

Posiadanie ugruntowanego czytelnictwa to najlepszy sposób na przyciągnięcie uwagi reklamodawców. Im szersza publiczność, tym większe prawdopodobieństwo, że uzyskasz kliknięcia reklam lub sprzedasz produkty, które Ty lub Twoi partnerzy macie na sprzedaż w swojej witrynie. Dokładna wielkość grupy docelowej będzie prawdopodobnie w dużym stopniu zależeć od Twojej niszy. Blogi w bardziej wyspecjalizowanych niszach będą miały zwykle mniejszą, ale bardziej oddaną obserwację niż blogi z dziedzin, które cieszą się dużym zainteresowaniem. Prawdę mówiąc, chociaż wybrana przez Ciebie nisza może pomóc Ci odgadnąć, jak może wyglądać Twoja grupa docelowa, tak naprawdę nie poznasz swoich czytelników, dopóki ich nie zdobędziesz. Większość interfejsów do blogowania zapewnia dość szczegółowe statystyki dotyczące częstotliwości przeglądania stron oraz liczby odsłon „unikalnych” (czyli odwiedzin innego gościa) lub powtarzających się. Sprawdzaj okresowo te statystyki. Jaki styl posta wydaje się mieć najwięcej wyświetleń? Czy Twoi czytelnicy lubią posty zawierające dużo obrazów lub tekstu? Jak długie są Twoje najczęściej oglądane posty? Korzystanie z tych informacji może pomóc w udoskonalaniu przyszłych treści, dostosowując je do potrzeb odbiorców. Im większą wartość czytelnik uzyska z Twoich postów, tym większe prawdopodobieństwo, że będą do nich linkować i udostępniać je innym, a Ty masz większe szanse na zwiększenie bazy subskrybentów.

### **Porozmawiaj ze swoimi czytelnikami**

Rozmawialiśmy o tonie konwersacji w Części 5 i jest to z pewnością ważne, ale równie ważne jest, aby zaangażować czytelników w rzeczywistą rozmowę. Zawsze odpowiadaj na wszelkie komentarze pozostawione w Twoich postach na blogu, aby czytelnicy wiedzieli, że słuchasz i interesujesz się tym, co mają do powiedzenia. Możesz także zaangażować ich w rozmowę w innych formatach mediów społecznościowych. Skonfiguruj dla swojego bloga strony na Twitterze i Facebooku, które są oddzielne od wszelkich posiadanych osobistych kont w mediach społecznościowych. Upewnij się, że jesteś tak samo aktywny na tych kontach, jak na swoim blogu i tak jak w przypadku komentarzy na blogu, pamiętaj, aby odpowiadać na wszelkie tweety lub komentarze obserwujących na Facebooku, tak jak na blogu. Regularne publikowanie i odpowiadanie na komentarze pomaga utrwalić ten pogląd w umysłach czytelników jako o kimś, na kim mogą polegać i na czytaniu chcą spędzać czas. Odwiedzający jednorazowo mogą być przydatni, ale kultywując bazę lojalnych czytelników to najlepszy sposób na zwiększenie liczby subskrypcji i wyświetleń strony, a ostatecznie najlepszy sposób na zwiększenie zysków. Zawartość interaktywna może również pomóc zaangażować czytelników. Najłatwiej to zrobić, publikując od czasu do czasu ankiety lub ankiety jako część swoich postów. Jeśli prowadzisz blog modowy i piszesz o najlepiej ubranych gwiazdach na czerwonym dywanie na gali rozdania nagród, po opublikowaniu opinii możesz zapytać czytelników, kto ich zdaniem był najlepiej ubrany. Mogą to być zabawne sposoby na rozpoczęcie rozmowy i włączenie czytelników w proces. Jeśli masz szansę przeprowadzić wywiad z kimś w swojej dziedzinie, możesz zaprosić czytelników do zadawania pytań. Prezenty i konkursy to także świetny sposób na zaangażowanie czytelników i budowanie lojalności w społeczności.

### **Zachęć subskrybentów**

Jeśli chodzi o grupy czytelników, Twoi subskrybenci są znacznie ważniejsi niż obserwatorzy na Twitterze lub polubienia na Facebooku. To jest Twoja główna grupa czytelników, którzy usłyszą od Ciebie bezpośrednio. Gdy utworzysz post lub wyślesz wiadomość e-mail oraz osoby, które najprawdopodobniej wydadzą pieniądze na Twoje produkty, oraz grupa, którą możesz liczyć na

wyświetlenia Twoich najnowszych postów. Poszerzanie listy subskrybentów powinno być jednym z Twoich głównych priorytetów, zwłaszcza gdy zaczynasz. Jednym z łatwych sposobów na zwiększenie liczby subskrybentów jest zaoferowanie zachęty osobom, które się zarejestrują. Specjaliści od blogowania nazywają to „zwiększaniem wartości” w oczach potencjalnych subskrybentów; cynicy nazwaliby to „przekupywaniem ludzi”. Jakkolwiek to nazwiesz, jest to sprawdzony i skuteczny sposób na zwiększenie liczby subskrypcji. Kluczem jest zaoferowanie zachęty, która zapewni subskrybentom realną wartość bez zmniejszania marży zysku. Ekskluzywny oficjalny dokument lub zasób może stanowić świetną zachętę do rejestracji, ponieważ jest to coś, co musisz stworzyć tylko raz, a to nadal zapewnia czytelnikom długoterminową wartość. Jeśli sprzedajesz produkty lub usługi w swojej witrynie, możesz zaoferować subskrybentom rabat w postaci jednorazowego kuponu lub niższej „stawki dla subskrybentów”. Zniżki mogą budować zarówno lojalność klientów, jak i wyniki finansowe. Ktoś, kto wcześniej nie zajrzałby do Twojego sklepu, może to zrobić, jeśli ma kupon. Ułatw użytkownikom subskrybowanie Twojej witryny. Zaproszenia do subskrypcji typu pop-up to aktualny trend. Niektórzy czytelnicy uznają je za irytujące, a niektóre programy blokujące reklamy uniemożliwiają ich otwarcie, ale mogą również skutecznie informować czytelników, że masz listę mailingową. Jeśli wolisz umieścić link w swojej witrynie, upewnij się, że jest on łatwy do znalezienia i dobrze widoczny dla większości odwiedzających - nie ukrywaj go w menu ani na dole strony. Nowy użytkownik nie powinien szukać sposobu na otrzymywanie aktualizacji podczas publikowania.

## **Część 7: Sieci i społeczność**

Nawet jeśli piszesz w stosunkowo ograniczonej niszy, istnieje szansa, że co najmniej kilku innych blogerów będzie pisać na Twój temat. W szerokim sensie jest to społeczność Twojej niszy. Im bardziej popularny temat, tym większa będzie społeczność, a mniejsze pod-społeczności będą istnieć w obrębie głównej. W pewnym sensie możesz wyobrazić sobie blogosferę jak liceum, w którym ludzie rozmawiają głównie z ludźmi ze swojej klikli - i tak jak w liceum, wszystkie fajne dzieciaki spędzają razem czas. Istnieją trzy sposoby podejścia do istnienia społeczności. Możesz je zignorować i nie przejmować się tym, co piszą inni. Możesz być biernym zainteresowaniem, obserwując ich, aby nadać za tym, co mówią, ale nie wchodząc w interakcję z ich witryną. Możesz też aktywnie z nimi współpracować, zostawiając komentarze do ich postów lub tworząc własne linki do nich. Nie musisz angażować się z innymi blogerami, aby odnieść sukces, ale bycie aktywnym w społeczności jest jednym ze sposobów na szybsze zwiększanie liczby czytelników. Nie musisz też ograniczać się do interakcji z blogerami w swojej dziedzinie. Zostań aktywnym czytelnikiem i obserwatorem dowolnych blogów, które lubisz, nawet jeśli niekoniecznie są związane z Twoim własnym. Przynajmniej inni czytelnicy, którzy uznają Twoje komentarze za wnikliwe, mogą sprawdzić Twojego bloga i uznać go za interesujący. Zaprzyjaźnienie się z innymi blogerami i właścicielami witryn może pomóc w wygenerowaniu większego ruchu, ponieważ Twoje imię będzie widoczne w większej liczbie miejsc. Im więcej wpisów na blogu jest połączonych i odwiedzanych, tym częściej będzie się pojawiać w wyszukiwaniach Google, co z kolei przyniesie Ci jeszcze większy ruch. Pamiętaj, że za każdym razem, gdy publikujesz komentarz na czyimś blogu, komentarz powinien dotyczyć przede wszystkim tej osoby i bardzo minimalnie (lub wcale) o Tobie. Umieść linki z powrotem do swojego bloga tylko wtedy, gdy jest to uzasadnione w temacie postu. Spamowanie sekcji komentarzy ludzi reklamami Twojego bloga nie sprawi, że będziesz miał przyjaciół i nie zapewni Ci na dłuższą metę tylu czytelników, jakbyś stał się znany z pozostawiania dowcipnych, wnikliwych lub pomocnych komentarzy. Podczas interakcji z ludźmi w internecie możesz czuć się anonimowy, ale pamiętaj też, że jest to miejsce, w którym reputacja jest wszystkim, a informacje mogą się bardzo szybko rozprzestrzenić. W interakcjach online bądź tak uprzejmy, uprzejmy i uprzejmy, jak w kontaktach z ludźmi twarzą w twarz. Pamiętaj, że wszystko, co robisz online, związane z Twoim blogiem, jest odzwierciedleniem Twojej marki. Ożywiona debata w sekcji komentarzy może

przyciągnąć uwagę potencjalnych czytelników, ale zawsze szanuj innych blogerów, nawet jeśli się z tym nie zgadzasz.

### **Nawiązywanie kontaktów twarzą w twarz**

Jedną z dziwnych rzeczy w blogowaniu jako zawodzie jest to, że nawet jeśli Twoje posty docierają do 10 000 osób każdego dnia, możliwe jest, że nigdy nie będziesz z żadnym z nich fizycznie wchodzić w interakcję. Uczestnictwo w wydarzeniach i konferencjach sieciowych może przypomnieć, że za każdym wpisem i komentarzem stoją twarze i osoby. Prowadzone są seminaria i warsztaty skierowane do blogerów. Z pewnością mogą być pomocne, ponieważ możesz spotkać innych blogerów i uczyć się na ich doświadczeniach, ale nie są one również najlepszym miejscem na spotkanie ze swoimi obserwatorami. Uczestnictwo w wydarzeniach lub konferencjach związanych z Twoją niszą może zapewnić doskonałe możliwości nawiązywania kontaktów zarówno z innymi blogerami, jak i potencjalnymi czytelnikami. Jeśli blogujesz o filmach, weź udział w lokalnym konkursie komiksowym. Dla blogerów zajmujących się technologią targi mogą być świetnym miejscem do zapoznania się z najnowszymi innowacjami i poznania innych entuzjastów. Możesz prawie zagwarantować, że niektórzy z pozostałych uczestników będą blogerami w Twojej dziedzinie, a nawet jeśli nie nawiązesz żadnych kontaktów sieciowych, dowiesz się czegoś z wydarzenia, aby podzielić się z czytelnikami.

### **Część 8: Reklama**

Większość ludzi, którzy chcą pisać bloga, aby zarabiać pieniądze - a nie ci, którzy zaczynają jako hobbyści i rozwijają się w biznesie - robi to, wyobrażając sobie, że wszystkie pieniądze zarobią dzięki reklamom. Po prostu napisz kilka postów, wrzuć tam kilka banerów reklamowych i masz już dojrną krowę. Dobrze? Cóż, niezupełnie. Główną rzeczą, której potrzebujesz, aby zarabiać na reklamach, jest duży ruch, a w przypadku raczkującego bloga z zaledwie kilkoma odślonami strony dziennie nie znajdziesz zbyt wielu osób, które będą chciały zapłacić za miejsce na Twoja strona. Dobrą zasadą jest uzyskiwanie co najmniej 10 000 odślon miesięcznie (czyli od 300 do 400 wyświetleń dziennie), zanim wyjdiesz na poszukiwanie reklamodawców. Większe sieci reklamowe i firmy mogą chcieć, aby witryny wyświetlały 20 000, a nawet 100 000 wyświetleń miesięcznie, zanim będą zainteresowane zabezpieczeniem powierzchni reklamowej. Chociaż dokładne liczby, których szukają reklamodawcy, będą zależeć od Twojej niszy 10 000 wyświetleń miesięcznie to dobry podstawowy cel, który możesz sobie wyznaczyć, jeśli chcesz, aby reklamy stanowiły jedno ze źródeł Twoich przychodów.

### **Google AdSense**

Największą siecią reklamową dla blogów i innych witryn internetowych aktualnie dostępnych jest Google AdSense. To ten, do którego zwraca się wielu nowych blogerów, ponieważ ma otwartą politykę akceptacji w odniesieniu do różnych nisz i poziomów ruchu. Oczywiście wolniejszy blog przyniesie mniejsze dochody niż witryna o dużym ruchu, a niektóre formaty reklam są dostępne tylko dla osób z wyższą liczbą wyświetleń. AdSense jest łatwy w użyciu w porównaniu z większością sieci reklamowych. Z drugiej strony tej łatwości jest oczywiście to, że Google pobiera część pieniędzy reklamodawcy jako prowizję za świadczenie usługi reklamowej - około 32% tego, co reklamodawca płaci za kliknięcie, trafia prosto do Google. Dokładna kwota, jaką możesz zarobić za pomocą Google AdSense, różni się w zależności od rozmiaru i stylu reklamy, której używasz, w jakiej niszy znajduje się Twój blog i od tego, ile ruchu uzyskasz. Istnieją trzy różne modele stawek, których reklamodawcy mogą używać do płacenia za miejsce na Twojej stronie. Najpopularniejszy jest model kosztu kliknięcia. W tym modelu otrzymujesz prowizję za każdym razem, gdy użytkownik kliknie reklamy, nawet jeśli nie przechodzą dalej przez witrynę. Istnieje również model kosztu tysiąca wyświetleń, w którym zarabiasz za tysiąc wyświetleń reklamy, nawet jeśli widzowie nie wchodzi w interakcję z reklamą. Trzeci typ to model kosztu zaangażowania, w którym reklamodawca płaci Ci za każdym razem, gdy widz wykona określone

zadanie, takie jak obejrzenie filmu lub wypełnienie ankiety. Wiedza o tym wszystkim jest cenna dla uzyskania lepszego wglądu w działanie AdSense, ale jedną wadą korzystania z AdSense w porównaniu z bardziej selektywnymi sieciami reklamowymi jest to, że nie masz kontroli nad tym, jakie reklamy są wyświetlane na Twojej stronie. Google określa, który z nich będzie działał najlepiej, biorąc pod uwagę Twoją niszę i poziom ruchu. Ponieważ pracują na prowizję, mają całkiem niezłą motywację, by wybrać styl i treści, które przyniosą Ci największe zyski, ale ostatecznie to Google zależy od tego, kto reklamuje się w Twojej witrynie i w jakim formacie. Masz kontrolę nad rozmiarem i położeniem reklamy, ale to wszystko. Ponieważ jest tak łatwy w użyciu (i generuje duże dochody w odpowiednich okolicznościach), Google AdSense jest często najlepszym rozwiązaniem, jeśli masz około 10 000 odsłon stron miesięcznie i dopiero zaczynasz zajmować się reklamą jako źródłem dochodu.

### **Inne sieci reklamowe**

Istnieje wiele różnych sieci reklamowych dostępnych dla blogerów, z których większość będzie prosić o wyższy minimalny ruch niż Google AdSense. Niektóre są wysoce selektywne (Revcontent jest znany z tego, że trudno się przyłączyć i odrzuca 98% kandydatów). Są takie, które nie wymagają minimalnej liczby odwiedzin, co czyni je najbardziej przydatnymi dla nowych blogerów. Należą do nich BidVertiser, Clicksor i BlogAds. Poszukaj informacji, zanim zarejestrujesz się w nowej sieci reklamowej. Sprawdź witryny, które go używają, aby zobaczyć, jak wyświetla się na ich stronach, a jeśli możesz porozmawiać z innymi blogerami o ich doświadczeniach z witryną, to jeszcze lepiej. Pamiętaj, że bardziej ekskluzywne sieci reklamowe mają ograniczony dostęp z jakiegoś powodu. Ich reklamodawcy prawdopodobnie zapłacą więcej pieniędzy w zamian za gwarancję wyższej oglądalności. W miarę wzrostu ruchu rozważenie większych sieci reklamowych może być dobrym sposobem na zwiększenie zysków.

### **Bezpośredni reklamodawcy**

Sieci reklamowe działają na modelu zysku pośrednika. Zajmują się wyszukiwaniem reklamodawców i organizowaniem płatności, a w zamian biorą część pieniędzy dla siebie. Bezpośrednia komunikacja z reklamodawcą oznacza, że możesz zatrzymać wszystkie pieniądze, ale oznacza to również, że musisz kontaktować się bezpośrednio z firmami oraz negocjować stawki i warunki. Bezpośredni reklamodawcy są zazwyczaj na późnym etapie dochodu blogera, ponieważ większość bezpośrednich reklamodawców chce widzieć wyższe liczby ruchu niż sieci reklamowe przed podjęciem decyzji. Wymaga to również nieco większej wiedzy biznesowej niż rejestracja w sieci reklamowej. Jedną z sytuacji, w których reklama bezpośrednia może działać w przypadku bloga o mniejszym ruchu, jest prowadzenie witryny skierowanej do miasta lub społeczności. Właściciel małej firmy może uznać, że warto reklamować się na blogu, który uzyskuje tylko 5000 odsłon miesięcznie, jeśli wszystkie 5000 z tych wyświetleń prawdopodobnie pochodzi od potencjalnych klientów. Chociaż reklamy bezpośrednie są zwykle wykorzystywane przez uznane blogi, nie wykluczaj tego pomysłu, jeśli nadarzy się okazja.

### **Dochód podmiotu stowarzyszonego**

Dochód podmiotu stowarzyszonego ma miejsce, gdy zarabiasz prowizję za promowanie produktów innej osoby w swojej witrynie. Jest to podobne do reklamy pod tym względem, że jest to pasywny strumień dochodu, a Ty nie musisz produkować towarów ani usług, ale w przeciwieństwie do reklamy, dochód uzyskasz tylko wtedy, gdy Twój podmiot stowarzyszony dokona sprzedaży. Chociaż witryny o dużym ruchu są bardziej skłonne do zarabiania pieniędzy dzięki programowi partnerskiemu, dochód podmiotów stowarzyszonych może być bardziej opłacalny dla bloga, ponieważ generuje ruch niż dochód z reklam, ponieważ nie opiera się wyłącznie na liczbie wyświetleń witryny. Program partnerski Amazon jest najbardziej znanym i prawdopodobnie najlepszym miejscem do rozpoczęcia. Rejestracja jest łatwa, a witryna oferuje tak szeroki wachlarz produktów na sprzedaż, że najprawdopodobniej znajdziesz coś związanego z Twoją niszą. Chociaż możesz traktować linki partnerskie jak reklamy i



uczynić z nich pasywny element swojej strony, produkty stowarzyszone z większym prawdopodobieństwem będą się sprzedawać, jeśli je przejrzysz lub wypromujesz w prawdziwym poście. Chociaż nie możesz kontrolować, kto reklamuje się w Twojej witrynie za pośrednictwem sieci reklamowej, możesz kontrolować, które produkty promujesz w ramach programu partnerskiego. Powinieneś polecać tylko te produkty, które Twoim zdaniem będą przydatne dla Twoich czytelników, jeśli chcesz zachować ich zaufanie i lojalność. Powinieneś także upewnić się, że produkt łączy się logicznie z wybraną przez Ciebie niszą. Zwiększanie przychodów z reklam Tak proste, jak może się wydawać, miejsce, w którym umieścisz reklamy na stronie, może wpłynąć na poziom zaangażowania czytelników, a następnie na to, ile pieniędzy możesz na niej zarobić. Chociaż banery reklamowe u góry strony są jednym z bardziej powszechnych stylów reklamowych, niekoniecznie jest to najlepsze miejsce do umieszczenia reklamy w celu uzyskania interakcji z czytelnikiem. Umieszczenie reklamy w głównej przestrzeni postów zwiększy średnią liczbę kliknięć na wizytę. Chociaż możesz nie znać firm, które reklamują się w Twojej witrynie, gdy korzystasz z sieci reklamowej, jeśli rejestrujesz reklamodawców bezpośrednio, powinieneś wspierać ich, gdy tylko jest to możliwe. Nie musi to koniecznie oznaczać pisania „artykułów reklamowych” (postów poświęconych promowaniu reklamodawców), chyba że byłoby to naturalne i organiczne dla Twojego bloga, ale możesz z nimi współpracować w inny sposób, nie naruszając integralności swojej witryny. Od czasu do czasu tweetuj do swoich reklamodawców. Dowiedz się, co robią i jeśli wypuszczają nowy produkt lub mają zbliżające się wydarzenie, o którym Twoi czytelnicy mogliby skorzystać, pamiętaj, aby udostępnić te informacje. Wszystko, co możesz zrobić, aby zwiększyć swoją wartość z perspektywy reklamodawcy, pomoże Ci tylko zwiększyć przychody

### **Część 9: Dywersyfikacja dochodów**

Jak powiedziano na początku, blogowanie bardzo rzadko jest samodzielną działalnością. Nawet jeśli zaczniesz w ten sposób, większość blogerów odkrywa, że mogą szybciej zwiększać swoje dochody, dywersyfikując swoje źródła dochodów, niż gdyby pracowali na samych reklamach i dochodach partnerów z własnego bloga. Ostrożnie zarządzaj swoimi rozszerzeniami. Eksperymentowanie to jedyny sposób na rozwój firmy, ale zaplanuj wstępnie, aby upewnić się, że będziesz w stanie utrzymać tę samą jakość zarówno na swoim blogu, jak i w nowym przedsięwzięciu, zanim się w nie zaangażujesz. W niektórych przypadkach może się okazać, że bardziej wartościowe będzie zlecenie części pracy na zewnątrz lub zatrudnienie opłacanego pisarza lub asystenta, aby upewnić się, że jesteś w stanie pogodzić wszystkie aspekty swojej firmy. Każde nowe źródło przychodów, które dodasz do swojego bloga, powinno go uzupełniać. Pamiętaj, że dobra praca prowadzi do dobrych możliwości, a reputacja jest nieoceniona dla Twojego długoterminowego sukcesu. Może ci się przydać, jeśli zrobisz wyjątkowo dwie rzeczy niż pięć rzeczy, które są tylko przeciętnej jakości. Zwłaszcza jeśli wkraczasz w sferę sprzedaży produktów, dostarczanie produktów niskiej jakości, zajmowanie dużo czasu na wysyłkę lub słaba obsługa klienta może skończyć się zniechęceniem czytelników, zamiast pomóc wzmocnić Twoją markę. Zachowaj równowagę: powinieneś chcieć eksperymentować i podejmować ryzyko, ale nadal powinieneś poświęcić trochę czasu na przemyślenie i zaplanowanie nowych przedsięwzięć, aby miały największą szansę na sukces. Twoja firma będzie się zmieniać wraz z rozwojem i postępem. Rzeczy, które działały dobrze, gdy zaczynałeś, mogą mieć mniejszy wpływ na Twoje wyniki finansowe w miarę rozwoju; potencjalne źródła dochodu, które są nieefektywne lub zbyt ryzykowne na wczesnym etapie Twojego bloga, mogą stać się możliwe po uzyskaniu obserwatorów. Ponownie, równowaga jest kluczowa. Znajdź rzeczy, które działają dla Ciebie i kontynuuj je, ale nigdy nie przestawaj szukać rzeczy, które mogą działać lepiej.

### **Potencjalne strumienie dochodu**

Możliwości zarabiania na blogu są naprawdę nieograniczone i chociaż niektóre techniki okazały się skuteczne w przypadku innych, żadna lista źródeł dochodów nie może być naprawdę wyczerpująca. Nie wykluczaj czegoś tylko dlatego, że nie widzisz nikogo innego, kto o tym mówi, ale jeśli szukasz sposobów na zwiększenie zysków ze swoich blogów, rozważ jedną z następujących opcji.

### **Witryny członkowskie**

Płatna sekcja Twojej witryny może być doskonałym sposobem na zapewnienie większej wartości czytelnikom, jednocześnie zwiększając źródła dochodów, i może być przydatna w przypadku bloga w mniejszej niszy, którego czytelnicy są niewielkich, oddanych. Zastrzeżenie polega na tym, że chcesz mieć pewność, że płatna witryna członkowska naprawdę zapewnia znaczny wzrost wartości w stosunku do bezpłatnych treści, w przeciwnym razie możesz ryzykować, że najbardziej oddani czytelnicy poczują się oszukani. Istnieje wiele rodzajów witryn tylko dla członków. Fora i katalogi to popularne formaty. Carol Tice (autorka bloga Make a Living Writing) dodała do swojej witryny płatną sekcję o nazwie The Writer's Den, która oferuje indywidualne coachingi i inne usługi dla początkujących freelancerów, takie jak tablica ogłoszeń i obozy szkoleniowe. Ponieważ jej witryna pomaga zarabiać na życie freelancerom, była logicznym i organicznym rozszerzeniem jej marki. Chociaż jedyna witryna dla członków nie wymaga tworzenia żadnych produktów fizycznych, będzie również wymagała bardziej złożonego kodowania niż typowa strona na blogu. Jeśli nie masz doświadczenia w programowaniu lub programowaniu, być może będziesz musiał zatrudnić kogoś do pomocy w konfiguracji. Pamiętaj, aby zaplanować wystarczająco dużo czasu i pieniędzy, aby zlecić te projekty na zewnątrz, gdy zastanawiasz się, czy je wypróbować.

### **Ebooki**

Najbardziej udane eBooki pochodzą od blogerów, których marka opiera się na wiedzy. Możesz wydać eBook jako plik PDF bezpośrednio ze swojej witryny lub za pośrednictwem sprzedawcy detalicznego, takiego jak Amazon, prawie bez inwestycji finansowych. Wydanie eBooka to inwestycja czasu. Chcesz mieć pewność, że zawiera nowy materiał, który nie jest tylko powtórnym zhaszowaniem informacji, które czytelnicy mogą bezpłatnie uzyskać na Twoim blogu. Skutecznym tematem e-booka może być dogłębna analiza trendów w Twojej dziedzinie lub kompleksowe rozwiązanie typowego problemu. Dochód z eBooka osiąga najwyższy poziom wkrótce po jego pierwszym wydaniu. Odwoływanie się do książki w przyszłych postach lub prowadzenie promocji może spowodować wzrost sprzedaży, ale jeśli sprzedajesz książkę, to prawda, że większość subskrybentów kupi ją od razu, jeśli zechcą. Kolejne skoki sprzedaży są zwykle spowodowane przez nowych czytelników, którzy przyszli do Ciebie od czasu pierwszego wydania.

### **Kursy online**

Kursy online mogą przybierać różne formy dla blogera. Najłatwiejszym sposobem utworzenia kursu jest napisanie go jako serii dokumentów PDF, które czytelnik kupuje i studiuje samodzielnie - podobnie jak eBook, ale z ćwiczeniami i dodatkowymi zasobami zaprojektowanymi specjalnie po to, aby edukować czytelnika. Nośniki do nagrywania towarzyszące kursowi mogą sprawić, że będzie on bardziej osobisty i nada kursowi większą wartość. Niezależnie od tego, czy zrobisz to jako plik audio, czy wideo, osoby, które kupią zajęcia, skorzystają na usłyszeniu, jak głośno wyjaśniasz koncepcje. Wideo może być szczególnie przydatne w niszach fizycznych lub wizualnych, takich jak przydatność lub projekt, gdzie zademonstrowanie koncepcji może być łatwiejsze niż jej wyjaśnienie. Najbardziej czasochłonnym stylem kursu jest spotkanie ze studentami w czasie rzeczywistym za pośrednictwem czatu lub internetowego portalu edukacyjnego. Kursy w czasie rzeczywistym mogą być najlepszym formatem dla bardziej zaawansowanych koncepcji, w których czytelnicy mogą mieć wiele pytań, na które trudno odpowiedzieć w książce lub w przypadku kursów w stylu warsztatów, zaprojektowanych

tak, aby pomóc czytelnikom uczyć się od siebie nawzajem od siebie. Wadą tego stylu zajęć jest to, że wymagają one obecności w określonym czasie, co może ograniczać zainteresowanie i frekwencję. Warsztaty i seminaria Ten sam materiał, którego uczysz na kursie online, możesz wykorzystać podczas osobistych warsztatów lub seminariów. Możesz to przedstawić na konferencji branżowej lub zorganizować niezależne seminarium w Twojej okolicy. Zaletą osobistego wykładu lub seminarium jest to, że umożliwia on Twoim obserwującym spotkanie i interakcję z Tobą, co zwiększy ich poczucie lojalności. Wadą seminariów jest to, że ich prowadzenie może być kosztowne, zwłaszcza w porównaniu z łatwością i wydajnością kursu online.

## **Część 10: Marketing swojego bloga**

Nie potrzebujesz ogromnego budżetu reklamowego, aby zwiększyć ruch na swoim blogu do 10 000 wyświetleń miesięcznie i zdobyć uznanie w swojej niszy. Mówiliśmy już o kilku sposobach budowania czytelnictwa w rozdziale 6, ale jak możesz przyciągnąć jeszcze więcej osób do swojej strony? Facebook i Twitter to z pewnością dobre miejsca do rozpoczęcia. Nie ograniczaj działań marketingowych do proszenia znajomych i rodziny o polubienie Twojej witryny biznesowej. Reklamy na Facebooku są bardzo niedrogie i można je kierować do idealnych czytelników lub grup. Obserwuj innych blogerów w swojej niszy na Twitterze. Możesz otrzymać obserwację, a nawet jeśli nie, mogą mieć interesujące rzeczy do powiedzenia. To rada, którą warto powtarzać: dołączenie do rozmowy w swojej społeczności to jeden z najlepszych sposobów, aby pokazać ludziom, że istniejesz. Współpracuj z małymi firmami W rozdziale 8 wspominałem o uzyskiwaniu bezpośrednich przychodów z reklam od małych firm, ale możesz także nawiązać bardziej symbiotyczne relacje z małymi firmami, aby pomóc wam obojgu rozwinąć swoje marki. Pisanie recenzji ich produktów, które są następnie udostępniane w ich witrynie, przyniesie więcej linków i ruchu z powrotem do Ciebie, a jednocześnie pomoże im w sprzedaży ich produktów. Pamiętaj, że większość właścicieli małych firm jest taka jak Ty - starają się uzyskać jak największą ekspozycję bez konieczności wydawania mnóstwa dodatkowych pieniędzy.

### **Sponsoruj lub organizuj wydarzenia**

Jeśli prowadzisz bloga o jeździe na rowerze, możesz zostać sponsorem lokalnego wyścigu rowerowego. Jeśli prowadzisz bloga o popkulturze, możesz zorganizować imprezę z pokazem Oscara w lokalnym barze lub restauracji i tweetować na żywo lub rozmawiać ze swoimi obserwatorami. Zwykle nie myślimy o wydarzeniach osobistych jako przydatnych dla blogera, ponieważ nasza grupa docelowa jest online i może pochodzić z dowolnego zakątka świata, ale nie zapominaj, że Twój obszar jest pełen potencjalnych czytelników, nawet jeśli Twoja nisza nie jest specjalnie oddany Twojemu miastu.

### **Konkursy**

Saveur.com pod koniec każdego roku honoruje najlepsze blogi dla smakoszy w różnych kategoriach. WriteToDone.com plasuje najlepsze blogi dla pisarzy. W każdej niszy jest ktoś, kto jest gotowy rozpoznać blogerów w tej dziedzinie. Zdobywanie nagrody może być świetnym sposobem na zdobycie rozgłosu. Niektóre z nich możesz zgłosić lub otrzymać nominację, a inne są oparte na głosach czytelników, więc sprawdź, co dzieje się w Twojej niszy i zastanów się, jak możesz znaleźć się w dobrym miejscu do konkurowania.

### **Bądź miłosierny**

Dobrze jest się odwdziżyć - a z perspektywy brandingowej to świetny wzrost reputacji i szansa na zdobycie widoczności, robiąc coś dobrego. Działalność charytatywna nie musi też oznaczać dawania komuś pieniędzy - w rzeczywistości najlepsze możliwości obejmują poświęcenie swojego czasu lub miejsca na blogu na rzecz jakiejś sprawy. Blogger fitness może na przykład poprosić czytelników o

sponsorowanie ich podczas spaceru z rakiem, podczas gdy bloger finansowy może zorganizować serię bezpłatnych warsztatów dla osób z lokalnej biblioteki lub domu kultury, aby pomóc im lepiej utrzymać zdrowie finansowe. Oddanie się czytelnikom i społeczności może utrwalić Twoje imię i markę w umysłach nowych potencjalnych fanów.