



21 bloggerských tipů



Ujasni si, pro koho píšeš, o čem a proč

Psát o všem a pro všechny, znamená pro nikoho. Na začátku píše pro sebe to, co byste sami chtěli číst jinde.

Přiláká to vám podobné publikum s vám podobnými zájmy.

Snažte se specializovat a profesionalizovat v nějaké oblasti.

Časem se díky blogování a zájmu o tuto oblast stanete expertem v oboru.

Stanete se vyhledávaným odborníkem, jehož blog bude neustále tuto odbornost dokazovat.

Vybudujete si důvěru čtenářů v této oblasti. Získáte jejich zájem o vaše názory, úvahy a produkty.



Snaž se být čtenářům nápomocný

Na začátku nebudete nikoho zajímat vy jako osoba. Číst o osobních pocitech a běžných zážitcích někoho neznámého baví pouze vaše blízké okolí.

Soustředte se na potřeby, přání a frustrace vašeho čtenáře v daném oboru. V článcích pomáhejte nebo reprezentujte cokoliv, co čtenářům pomůže.

Nejúspěšnější profesionálové toho neví zas až tolik. Vždy budou lidé, kteří o tématu ví víc. Vždy ale také budou lidé, kteří o tématu ví méně a právě těm pomáháte. Vždy někdo začne později než vy.

Lidé vás budou sledovat pro váš upřímný zájem o obor a o pomoc čtenářům.



Začni vše prozrazovat už v nadpisu

Nadpisy tvoří největší část úspěchu blogu. Zároveň jsou nejvíc podceňované.

Přepisujte je stokrát, než najdete ten pravý.

Začněte vše prozrazovat už v nadpisu.

Vyhněte se sdílení článku se slovy “další článek na blogu” a “... to se dozvíte v článku”.

Prozradte zápletku i konec už v nadpisu. Koho to zaujme, ten bude chtít znát podrobnosti.

Na internetu máte jen pár vteřin, zaujmout.



Vyrob si myšlenkovou mapu oboru

Každý obor má svá specifika, své nástroje, své guru. Možná i události, konference a další.

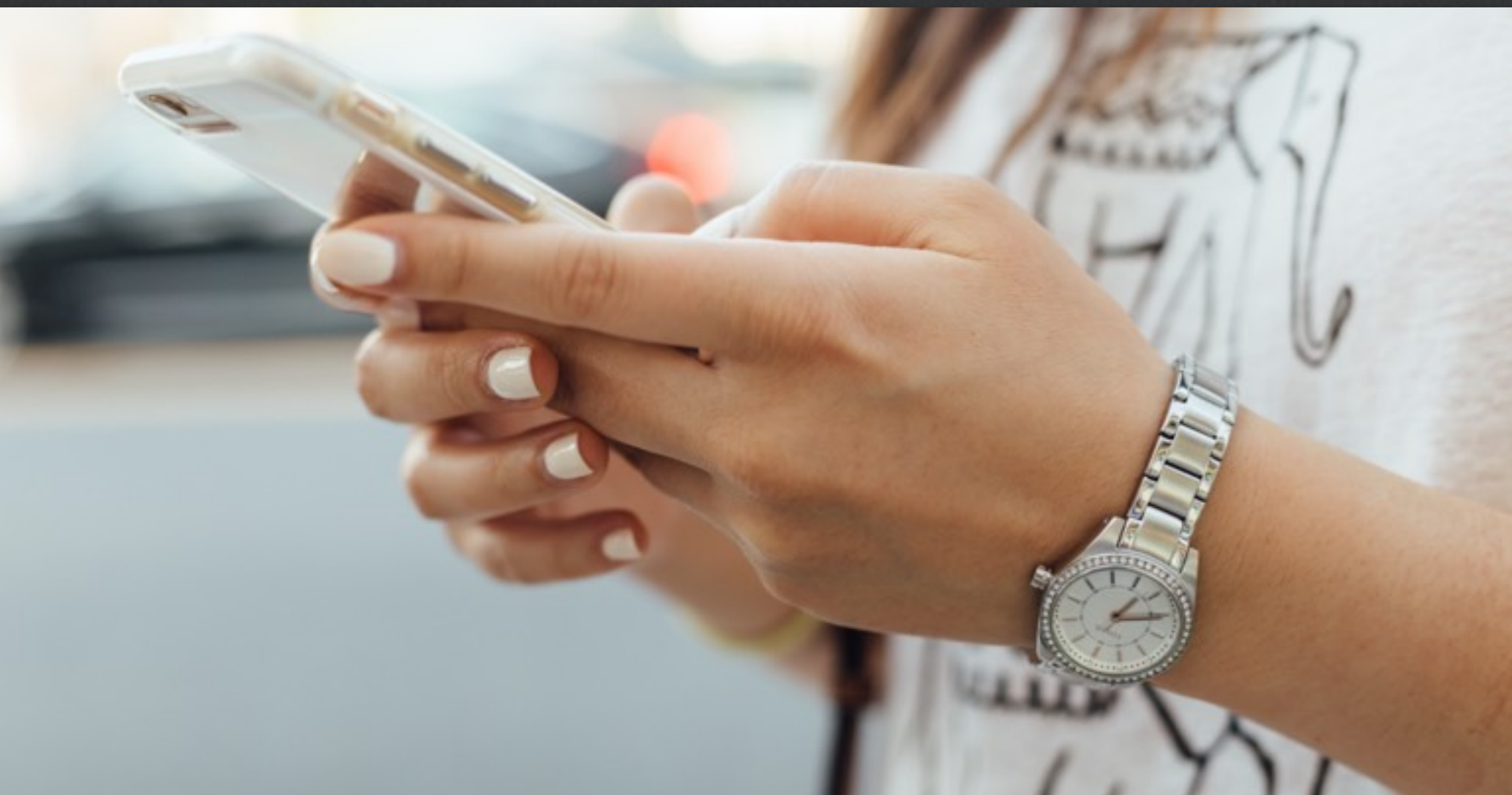
Vytvořte si myšlenkovou mapu, abyste zmapovali všechna podtémata a přidružené obory.

Díky této mapě nebudete mít nouze o nápady na články.

Každá větev se dá rozvětvit.

Vždy můžete stejné téma, o kterém jste už psali, popsat podrobněji, zabývat se jen jeho částí do větší hloubky, nebo naopak zobecnit napříč příbuznými obory.

Vždy můžete na cokoliv z toho najít něčí názor a sepsat o něm úvahu.



Ved' si zápisník všech myšlenek a nápadů

Spisovatelský blok je častý problém bloggerů. Jedním z účinných způsobů, jak mít vždy, o čem psát, je zápisník myšlenek a nápadů.

Jednoduše si zapište všechno, co vás k oboru napadne. Často se to stane při čtení knížky, zaujetí nějakou reklamou, nebo zkrátka jen tak při odpočinku, kdy nenamáháte hlavu.

U tvorby nového článku se pak stačí podívat do svých zápisků a do myšlenkové mapy z předchozího tipu.

Některé myšlenky mohou ležet zapsané roky, jiné jen pár hodin. Můžete se nacházet v jiné situaci a mít nové informace, které starou myšlenku rozvedou. Jindy zase najdete inspiraci jen na krátký status.



Vyber si sociální sítě na základě svého publika

Díky výběru tématu, o kterém budeme blogovat, získáme jedinečnou cílovou skupinu. Ta má své zvyklosti a specifika. Tím jsou i sociální sítě, které tato cílovka upřednostňuje.

Já píšu pro affiláky a pro blogery. Nejaktivnější jsem na Twitteru a začínám s Instagramem. Mám totiž za to, že affiláky najdu spíš na Twitteru a jsou to

muži, zatímco blogery najdu především na Instagramu a budou to v drtivé většině ženy.

Tomu můžete přizpůsobit i druh obsahu, který kam budete dávat.

Sleduje vaše cílovka hodně videa? Poslouchá podcasty? Přizpůsobte i formu, pokud vám to není nepřírozené.



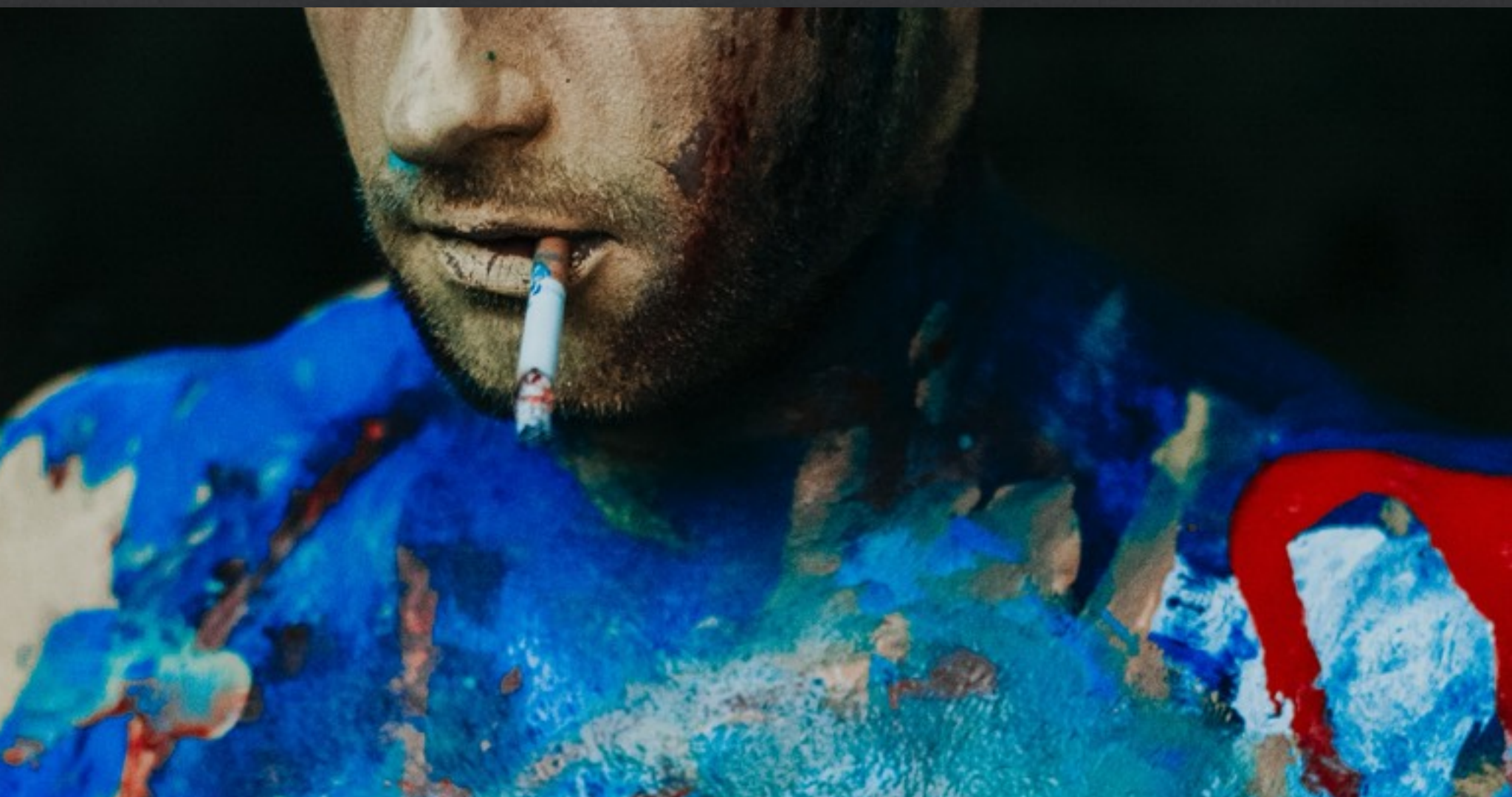
Komunikuj a vyvolávej diskuze

Pečlivě sledujte svůj obor. Komentujte každou zajímavou myšlenku. Sledujte významné osobnosti. Vyvolávejte diskuze a z těch nejzajímavějších debat zpracujte úvahový článek.

Do vašich rozhovorů se zapojí i ostatní a někdy přijdou se zajímavou myšlenkou.

Každý den se díky tomu bude vaše hlava zabývat oborem. Možná přijdete na něco, co ještě v souvislosti s nějakou novinkou nikoho nenapadlo.

Pokud z toho nic nebude, minimálně získáte dobrý přehled. Znalosti z oboru vám jen pomohou a projeví se nejen v článcích, ale také na offline akcích.



Piš tak, jak mluvíš

Obvykle nejsem sprostý. Párkrát jsem ujel. Jednou jsem dokonce napsal, že je něco strašná píčovina. To neříkám často, ale v tom konkrétním případě bych vám to osobně do očí neřekl jinak.

Blog není slohovka, za kterou bych kvůli tomu dostal pětku. Dostávám i přes to všechno nabídky manažerských pozic a nikomu to zjevně nevadí.

Díky svému upřímnému zájmu prokážete časem i svou odbornost a nebude záležet na formě a stylu vaší komunikace.

Naopak bude cenné, že je to právě váš styl komunikace a budou se vám ozývat značky, abyste prodali jejich produkt právě tímhle vaším stylem. Nebudte sprostí, ale budte sví.



Vyrob prvotřídní zdroj informací ke stažení

Kdybych dnes o všechno v podnikání přišel, tak hned zítra začnu psát blog a vzápětí napíšu první E-Book, který poskytnu na blogu zdarma ke stažení.

Nemusí jít o E-Book. Vytvořte ale nějaký užitečný materiál ke stažení. Může jít i o drobnost, třeba nějaký checklist nebo seznam 10 informačních zdrojů.

Čím užitečnější a čím blíže vašemu oboru, tím lépe.

Dejte si hodně záležet, aby člověk, který si materiál stáhne, dostal víc, než očekával.

Může jít o tipy navíc nebo hodnotnější informace, u kterých člověk očekává spíš placenou variantu.



Nech své čtenáře říct, že je skvělý

Vašemu materiálu ke stažení vyrobte stejnou prodejní stránku, jako byste ho prodávali.

Nejlepší prodejní stránky jsou ty, kde je většina obsahu tvořena spokojenými „zákazníky“.

V tomto případě nejde o zákazníky, ale čtenáře, kteří si materiál stáhli zdarma.

Ihned po zveřejnění sbírejte pozitivní zpětnou vazbu a požádejte o svolení, sdílet ji na webu.

K nim doplňte informace o materiálu, náhledy, podrobnosti a především přínos, který čtenářům dodá.



Buduj emailovou databází

Hodnotný materiál ke stažení nabízíme kvůli budování emailové databáze.

Je to to nejcennější, co na blogu můžete získat. Skrz databázi můžete úzce komunikovat s nejvěrnějšími fanoušky, získávat návštěvnost zasíláním newsletteru s novými články a prodávat cokoli, co souvisí s oborem.

Email na vašeho čtenáře je mnohem cennější, než jeho lajk, follow či odběr na sociálních sítích.

Na sociálních sítích mají naše možnosti v hrsti jejich algoritmy. Viděl jsem Facebookovou stránku s 860,604 fanoušky, na které dosáhl status pouhého 1 jediného shlédnutí.



Chtěj po uživateli vždy jen jednu věc

Návštěvníka může kvůli vašemu přehnanému snažení zasáhnout rozhodovací paralýza.

Chcete po něm na hlavní stránce blogu, aby si přečetl nový článek, klikl na banner, odebíral vaší FB stránku, prozkoumal váš Instagram, stáhl si E-Book a přečetl si sekci o vás současně?

Je to jako školní nástěnka. Projdete kolem ní bez povšimnutí, ale velkého jediného nápisu varujícímu před mokrou podlahou si všimnete.

Představte si cestu čtenáře. Napřed musí získat hodnotu a naučit se vám věřit. Potom vás bude chtít někde sledovat a nakonec si od vás možná něco koupí. Provedte ho postupně.



Bud' tu především pro stávající fanoušky

Nefocusujte se pouze na nové čtenáře. Bud' te především pro ty stávající.

Pomáhejte, řešte jim problémy. Zkuste to dělat co nejvíc veřejně, kde to mohou vidět také potenciální noví čtenáři.

Ptejte se svých návštěvníků na názory, tipy na články, zapojujte je. Dělejte názorové ankety, sbírejte tipy i zpětnou

vazbu. Tu nejpozitivnější sdílejte ostatním (se souhlasem).

Zjišťujte kontinuálně, co jsou vaši návštěvníci zač a jaké mají problémy.

Scházejte se s nimi.



Neboj se sdílet své nejcennější know how

Zbytečně zadržujete skvělý obsah z přehnaného strachu z konkurence.

Vaše znalosti z vás dlouhodobě dělají experta v povědomí ostatních. Až budou něco potřebovat, ozvou se právě vám a to vás může spolehlivě dlouhodobě živit.

Část lidí často namítá, proč někdo něco učí, když se může živit provozováním té

činnosti. Typicky jsou terčem těchto otázek kouči obchodování na burzách.

Neříkám, že jde vždy o experty. Kdo jiný by to ale měl učit, než někdo, kdo tomu rozumí?

U oborů, jako je medicína, se nad tím nikdo nepozastaví.



Neboj se ani moc krátkých, ani moc dlouhých článků

Krátké, v rozsahu 1-2 minut čtení, vám dovolí rozepsat jedinou myšlenku.

K té se můžete v dalších člancích neustále vracet, doplnit další a dlouhodobě vyprávět na blogu příběh, který nikdy neskončí.

Naopak dlouhé články mohou být superkvalitní materiál, který si sice

přečte málokdo, ale o to častěji ho pak bude sdílet jako cenný zdroj, komplexní výčet, nebo všeobjímající přehled.

Takový článek získá blogu i cenné zpětné odkazy.



Zbav se prvků bojujících o pozornost návštěvníků

Smažte všechny bannery, placené odkazy, Sklik, AdSense reklamní plochy, pop-up okna, vyjížděcí nabídky po najetí myši na křížek, ikonky spřátelených blogů, asociací a anket, měřidla ukazující návštěvnost a podobně.

Neprodávejte statusy na sociálních sítích.

To, co krade pozornost, jako reklamní blok v televizi, bude vždy fungovat méně než přímá cesta.

Přímá cesta je, poskytnout hodnotný obsah těm, kteří ho aktivně hledají. Řešit jejich problémy, získat na ně kontakt a nabídnout jim mailem placené řešení stejných problémů. Bannery nejsou potřeba.



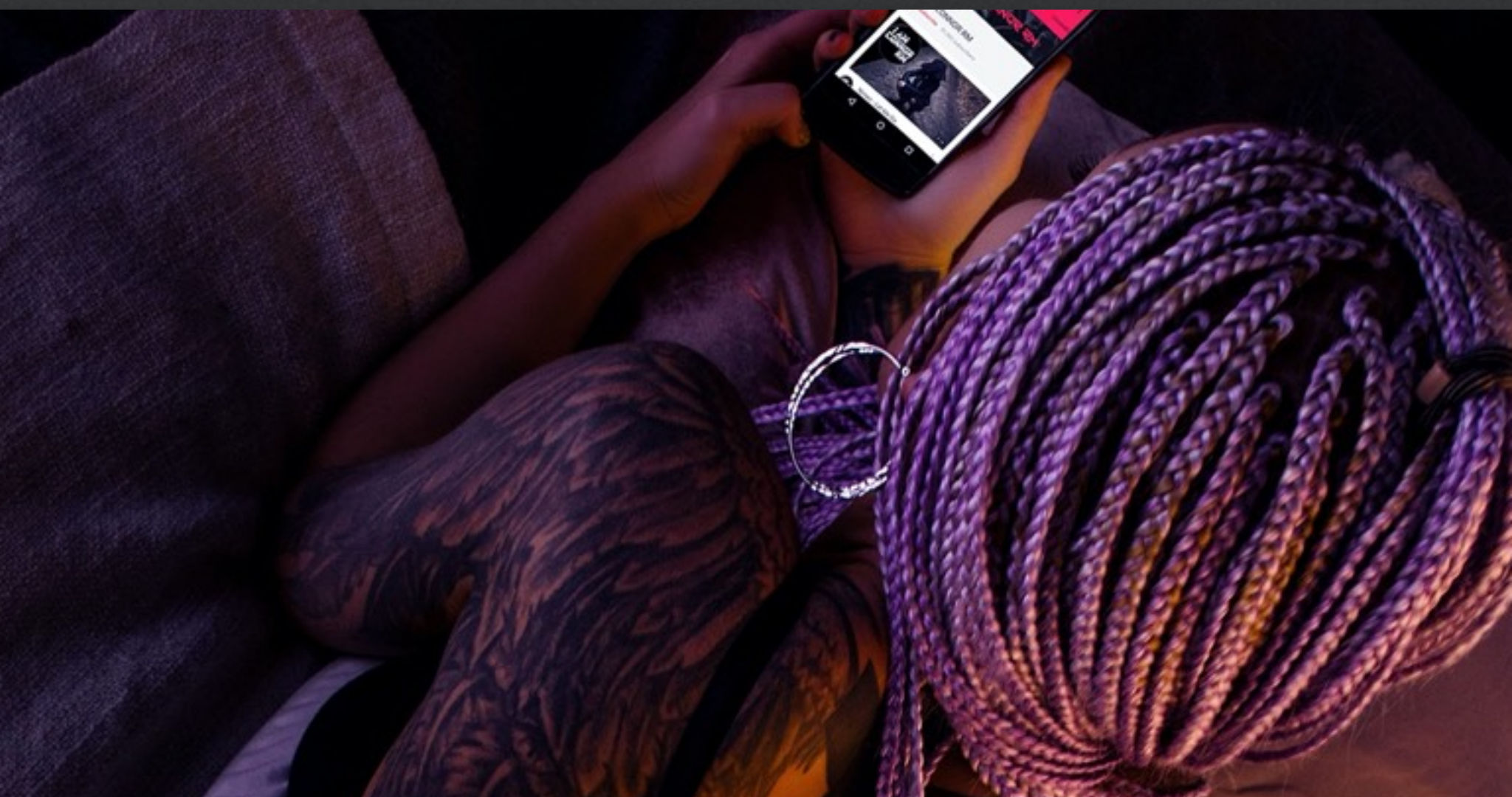
Používej texty v náhledovém obrázku

Lidé dnes na internetu ztrácejí schopnost koncentrace, jsou nervózní, zbrklí a vše chtějí okamžitě. Nebudou vám věnovat víc, než pár vteřin, dokud je nezaujmete.

Osvědčilo se mi dávat zkrácenou verzi nadpisu přímo do náhledového obrázku.

Obzvlášť na sociálních sítích rychle scrollujeme a spíš skenujeme očima obsah, než bysme ho četli.

Krátký nadpis v obrázku si ale přečteme s mnohem větší pravděpodobností, než celý nadpis pod ním. Pokud bude nadpis dobrý a korespondovat se zájmem uživatele, zastaví se.



Postarej se, ať tvé články vypadají sexy při sdílení

Zjistěte si rozměry náhledových obrázků při sdílení na různých sociálních sítích.

Myslete na rozměry a na poměr stran při výrobě náhledových obrázků k článkům.

Automatizovaně přidávejte jejich url do takzvaných tagů hlavičky webu podle specifikace sociálních sítích. Zejména Facebooku a Twitteru.

Vyrobte náhledový obrázek na míru pro úvodní stránku blogu a umístěte jeho url ho do tagu úvodní stránky a podstránek, které nejsou články.

Použijte do obrázku také text a vnímejte ho jako billboard lákající na váš blog.

Objeví se pokaždé, když někdo vloží odkaz na váš blog na sociální síť.



Soustřed' se na jediný zdroj návštěvnosti

Věnovat se dnes všem sociálním sítím je velmi náročné. Časově i technicky. Může vás to odradit. Vaše péče o profily bude slábnout a fanoušci nebudou spokojení.

Lepší je začít s jednou. Buď vaší oblíbenou, nebo nejpoužívanější u vaší cílové skupiny.

Věnujte se jí denně a skutečně pečlivě.

Staňte se expertem na tuto síť, sledujte novinky, zkoušejte nové metody.

Díky tomu si vybudujete základnu fanoušků, kterou lze později snadněji přenést i na další sociální síť.

Kdykoliv můžete přidat další a přidat si práci. Ta původní už pro vás bude snadná rutina.



Využívej hatery ve svůj prospěch

Můžete dělat chyby, můžete se plést, mohou vám ujet nervy. Jsme jen lidé a není v tom nic špatného. Mohou se toho však chytit hateři a snažit se na vás útočit. Jejich cíl je vždy stejný. Abyste přestali tvořit.

Budte upřímní, nikdy na internetu nelžete a snažte se pomáhat svému publiku.

Pak na vás nikdo nemůže. Za chyby se omluvíte, minulost neovlivníte, ale vaší motivaci pomoci druhým nesmí nikdo zpochybnit. V tom buďte upřímní.

Trpělivě vysvětlujte, neoplácejte urážky a získáte na svou stranu tiché přihlížejíci. O ty vám jde. Ne o hatera. Neřešte jeho, ale téma, které vám vytýká. Vyložte svůj pozitivní motiv pomoci, i když zklamete.



Použij svůj vliv ve prospěch oboru, publika a společnosti

Pracujte se svým vlivem ve prospěch oboru, publika a společnosti.

Své databázi můžete říct jakýkoliv názor, radu, varování. Můžete se postavit za cokoliv a postavit proti čemukoliv.

Čtenáři vašich emailů budou poslouchat a bude je to ovlivňovat.

To je obrovská moc narůstající s počtem a angažovaností lidí v databázi.

Využijte tuto moc ku prospěchu druhým. Držte se svého tématu i v charitativní oblasti, nezištnému vzdělávání i varování.

Navštěvujte a podpořte akce, které slouží stejnému cíli.

JAK VYDĚLÁVAT BLOGEM

**Tohle bylo 21 tipů, ale
sepsaných jich mám stovky.**

Podrobně popisují všechny aspekty úspěšného a výdělečného blogu v emailovém kurzu „Jak vydělávat blogem“.

Najdete ho v Online studovně na adrese:
jakvydelavatblogem.cz.

Proč si myslím, že právě já vám mohu s vyděláváním na internetu pomoci, se dočtete v sekci o mně:

afilak.cz/o-mne