Blogbejegyzés 15 perc alatt

Hogyan készíts új tartalmakat időhúzás nélkül?

írta: Vida Âgi

Bevezető

Vannak olyan emberek, akik számára a blogolás könnyen megy, mert szeretnek írni, tudnak is írni, van rutinjuk az írásban és nem okoz gondot számukra a rendszeresség sem. Még többen vannak azonban azok, akik szeretnének blogolni, de nehezen jutnak egyről a kettőre, több órába telik, mire megírnak egy új bejegyzést, és a napi-heti szintņ rendszeresség is nehezükre esik.

A világon jelenleg több, mint 100 millió blog létezik, ezeknek azonban több, mint 60%-a nem éri meg a 3 hónapos kort. Vajon miért lehet ez? A Technorati felmérése szerint a bloggerek 54%-a hobbiblogot ír és nem szeretne bevételt szerezni a blogjával, a blogírók 46%-a azonban pénzt is szeretne keresni, mégis felhagy a blogolással 3 hónapon belül. Miért?

Az okok nyilván számodra is ismerősek: ahhoz, hogy bevételt termeljen a blogod, látogatottságra van szükség, ezt pedig csak úgy tudod megteremteni, ha sok és jó minőségņ tartalmat írsz. Az első blogomból a 4. hónapban származott elsőként bevétel, és az első fél évben nem volt olyan nap, amikor ne írtam volna a blogba. A folyamatosan frissített tartalomnak köszönhetően fizetett hirdetések és partnerek nélkül 5 hónap után napi 6-700 körül volt az átlagos látogatószám és ahogyan a tartalom bővült, a látogatottság is folyamatosan nőtt. Azóta volt módom megtapasztalni újra és újra a saját és ügyfeleim blogjain is, milyen fantasztikus eredményeket hozhat az értékes tartalom: stabil látogatószámot, bizalmat, kapcsolatokat.

Ez az írás azoknak a kezdő bloggereknek szól, akik már belevágtak az írásba, de nehezükre esik tartalommal megtölteni a blogjaikat, híján vannak az új ötleteknek és problémát okoz számukra a rendszeres írás.

Elsősorban abban szeretnék segítséget nyújtani, hogy ne add fel a blogolást, megszabadulj az írással kapcsolatos félelmeidtől és a hátráltató tényezőktől és megtanulj viszonylag rövid idő alatt jó bejegyzéseket írni. Ezt a tanulmányt gondolatébresztőnek szánom, olyan írásnak, amibe bármikor belenézhetsz néhány ötletért, amikor éppen semmi nem jut eszedbe, amiről blogolhatnál.

Kezdjük az alapoktól...

A blogolás legnagyobb hátránya az, hogy rendszeresen foglalkozni kell vele, különösen, ha a látogatottságnövelési stratégiádat és a kommunikációdat elsősorban erre az egy eszközre építed. Előnye viszont, hogy kötetlen a forma, ezért sokoldalúan használhatod fel: tehetsz bele képeket, idézeteket, videókat, linkeket, diavetítéseket, hangfelvételeket stb. A stílusod lehet laza, tudományos, irodalmi, hétköznapi beszédre hasonlító vagy egészen egyedi is – mindez a te döntésed.

Egy azonban bizonyos: ha a blogod egyben az üzleti stratégiád része is, tehát nem hobbiból írod, akkor tudnod kell, pontosan mi a célod vele.

Mi lehet a célja egy üzleti blognak?

1. Szakmai ismertség megteremtése, PR

Ebben az esetben a blog lehet egyszerű hírblog is, ami a szakmai eseményekről, a szakmához kapcsolódó történésekről szól, azaz létrejöhet egy olyan szakmai blog, amit mindenki látogat, aki az adott terület iránt érdeklődik, egyfajta tematikus gócpont jön létre.

2. Látogatószerzés, látogatottságnövelés

Amennyiben a látogatószerzés a cél, a blog két irányvonalat követhet: 1) keresőtudatosan írja meg a bejegyzéseket és tudatosan építi a mélylinkeket[1] 2) nagy figyelemre számot tartó bejegyzéseket ír, és bulvárba hajló tartalmakkal vonz látogatókat (ez utóbbi hátránya, hogy gyakran nem targetált[2] látogatottságot hoz)

3. Kapcsolattartás a leendő és a régi ügyfelekkel

A blog kiválóan alkalmas arra, hogy az oldalunkra éppen csak betévedt látogató, a vásárlás előtt álló érdeklődő és a régi ügyfelek felé is kommunikáljunk. Az üzleti blog tartalma a cégről, a termékekről, a céges eseményekről is szólhat, de tartalmazhat szakmai anyagokat, személyes véleményeket, tartalomajánlókat, riportokat – ebben a formában igen változatos kommunikációt tesz lehetővé, ha szem előtt tartjuk, milyen sokrétű funkciót kell ellátnia a blognak.

4. Piackutatás, igényfelmérés

Készíthetünk blogot csak piackutatási céllal is. Ilyenkor a blog arra szolgál, hogy megszólítsuk a célközönséget, felmérjük, milyen igényeik vannak, milyen témák érdeklik őket, illetve kapcsolódóan egy új terméket is be lehet vezetni. Ezt a blogot a kutatás végén le lehet zárni, de akár fenntarthatjuk további termékfejlesztés céljára is. Mivel a blogoknál a felhasználók azonnal vissza tudnak jelezni, hozzá tudnak szólni, ezért gyorsan szerezhetünk számunkra hasznos információkat.

Például az alvas.kismamablog.hu oldalon pár évvel ezelőtt szabadon lehetett kérdezni az adott témával kapcsolatban, a könyv, valamint később az infotermék a

leggyakrabban feltett kérdések, a legtöbbször előforduló problémák alapján készült el. A továbbiakban a kérdezési lehetőség megmaradt és az ezt követően érkezett kérdések, felvetések alapján fejlesztem tovább a terméket és finomítom a kampányokat.

5. Termékbevezetés

A blog a termékbevezetés eszköze is lehet. Ilyenkor a blog csak alkalmilag létezik és részben az igényfelmérés feladatkörét is ellátja. A termékbevezetés idején rendszeres kommunikációt tesz lehetővé az ügyfelek felé, és lehetőséget nyújt a termék továbbfejlesztésére, a kampány elemeinek finomítására, valamint arra is, hogy az érdeklődőket bevonjuk a termékfejlesztés folyamatába. Ezek a blogok jellemzően csak a termékbevezetés idején élnek, néhány ezt követően teljesen megszŋnik, de akad olyan is, ami a termékbevezetés után átalakul hagyományos bloggá.

Mire jó ez neked?

Ha tisztában vagy a blogod céljával/céljaival, akkor nem nehéz témát találnod:

Ha a célod egy szakmai gócpont létrehozása, akkor egy jól használható RSS olvasó és a Google Alert segítségével folyamatosan nyomon követheted a szakmai híreket, a szakmai blogok, portálok, fórumok, videómegosztások tartalmát és ezekből táplálkozva állandóan friss hírekkel töltheted fel a blogodat.

Ha a célod a látogatószerzés, akkor azzal kell tisztában lenned, hol éred el a célcsoportodat, milyen tartalmakat olvasnak, milyen kulcsszavakra keresnek, mely linkgyŋjteményeket, linkmegosztókat használják, milyen videókra kattintanak rá – ha ezeknek az adatoknak utánajársz, akkor nem lesz nehéz mindig új témákat kitalálnod. Ha pedig éppen nem jut semmi az eszedbe, felteheted a kérdést, hogy „Miről szeretnétek legközelebb hallani?" és máris kész a legfrissebb blogbejegyzésed :)

Ha a kapcsolattartás a célod, akkor van a leginkább szabad kezed a tartalomválasztásban, hiszen bármilyen, a célcsoportod érdeklődésére számot tartó tartalmat elővehetsz: videóajánló, könyvajánló, linkajánló, reagálás kommentekre, saját véleményed bizonyos szakmai témákról, ügyfelekkel kapcsolatos tapasztalataid stb.

Ha a piackutatás a cél, akkor többféle eszköz áll a rendelkezésedre: a gyors felméréseken és a kérdőíveken túl lehetőséget adhatsz a szabad kérdezésre nyílt nap[3] formájában, készíthetsz részletes kérdőíveket, amit valamilyen ajándék fejében töltenek ki a résztvevők, vagy indíthatsz játékokat, amelyeknél a cél, hogy minél nagyobb tömeget mozdíts meg és ezáltal több adatot szerezz (a nyeremény érdekében többen reagálnak, mint egy átlagos bejegyzés esetében, valamint nagy előny a nyereményjátékoknál, hogy határidejük is van, ezért időre szerzed meg a szükséges adatokat)

Ha a termékbevezetés a cél, akkor a piackutatásnál felsorolt eszközök mellett mérhető és fontos adat, hogy az egyes bejegyzésekre, témákra hányan reagáltak, milyen reakciókat váltottak ki az egyes témák, melyekhez volt a legtöbb hozzászólás, min alakult ki vita, ezeket az információkat a termékfejlesztésnél és a kampány során is figyelembe lehet venni.

Miről lehet gyorsan blogbejegyzést írni?

A blogolásban a kezdők számára a legnagyobb nehézség, hogy rendszeresen kell(ene) írni, azonban az írásban kevésbé rutinos emberek számára ez nagy gondot okoz. Kezdőként többnyire még nem tiszta a blog célja sem, valamint nincs meg az a szükséges rutin és eszköztár, amiből folyamatosan lehet újabb ötleteket meríteni. Éppen ezért az a tapasztalatom, hogy sokan félénken vágnak neki a blogírásnak és túlságosan alapos, már-már tudományos írásokat készítenek (nyilván ha magfizikusként szakmai blogot szeretnél indítani, akkor ez a megjegyzés nem neked szól :))

A blogolás alapvetően kötetlen forma, ezért a tudományos értekezés és a hosszabb írások is belefférnek, azonban oda kell figyelni néhány sajátosságra:

Az emberek nem olvasnak az interneten alaposan, inkább csak átfutják a szövegeket és csak akkor mélyednek bele, ha fontosnak találják. Ezért fontos a megfelelő formázás, a kiemelések, felsorolások, idézetek, címek, alcímek használata.

Olvasás közben sokat segítenek a képek, illusztrációk is, amelyek megtörik a szöveget és odavonzzák a szemet. Mivel a monitoron összefolynak a betŋk érdemes rövidebb szakaszokban írni és kerülni kell a sokféle betŋtípus használatát (azonban nem szerencsés minden mondatot külön bekezdésbe tenni, mert hosszú szöveg esetén ettől túltagolttá válik a szöveg, olyan, mintha minden fontos lenne és ettől a tagolás elveszíti a lényegét). Legyen egyértelmŋ, mely betŋstílus vonatkozik a címekre, alcímekre, illetve a linkekre.

Ismerd a célközönséget! Ha tudod, kiknek írsz, akkor tudod, milyen szavakat használhatsz (minden célcsoportnak lehetnek saját szavai, szakszavai, szlengje, amit csak ők értenek meg pl. a kismamáknál a cici és a szopi ilyenek, de egy kamaszoknak szóló blogban nem biztos, hogy ugyanazt jelentenék :)) A mindennapi életben is másként beszélsz egy kamasszal, egy középkorú nővel, egy férfival vagy egy kisnyugdíjassal.

A célközönség ismeretében döntsd el már az elején, hogy tegeződsz vagy magázódsz a blogban, illetve milyen stílusban szólsz az olvasókhoz. A stílusod menet közben a tapasztalatok ismeretében finomodhat, változhat, de az furcsán néz ki, ha a blog elején még magázódsz, azután pedig tegeződsz. Ha nem tudod eldönteni, írhatsz többes számban is, ez azonban személytelenebb (pl. „Néhány fiatalnak elviselhetetlen fejfájása szokott lenni a buli utáni napon.” vs. „Biztosan neked is volt már elviselhetetlen fejfájásod a buli utáni napon.”

Ha ugyanabba a csoportba tartozol, mint a célcsoportod, akkor beszélhetsz többes szám első személyben, közösséget vállalva velük, ezzel bizalmat keltesz az irányodban, hiszen ki érezné át jobban a célcsoport igényeit, mint olyasvalaki, aki maga is hasonló cipőben járt vagy jár (pl. „Mi anyák pontosan tudjuk, milyen érzés este 10-kor nekiállni takarítani.”)

Milyen hosszú legyen? Amikor annak idején 15-20 évvel ezelőtt internetes újságoknak írtam cikkeket, a szerkesztők mindig kikötötték, hogy ne legyenek a cikkek 1000 karakternél hosszabbak, mert azokat nem olvassák el már az emberek. Az azóta eltelt 10 évben ez annyiban módosult, hogy ha egy szöveg jól tagolt és érdekes, akkor lehet hosszabb, mint 1000 karakter (megfontolandó azonban, hogy ilyenkor legyen nyomtatási

lehetőség az egyes bejegyzésekhez, vannak olyan csoportok, akik kinyomtatják és félreteszik a leveleket)

Ahhoz, hogy keresőbarát is legyen a szöveg, érdemes legalább 400 szavasnak lennie, ez azonban nem azt jelenti, hogy minden blogbejegyzésnek ilyen hosszúnak kell lennie, csupán azt, hogy legyen minden héten legalább 1 tartalmasabb bejegyzés, ami legalább ilyen hosszú. A keresőoptimalizálásban egyre inkább a felhasználói élmény számít, az, hogy mennyire volt elégedett az olvasó azzal, amit az adott oldalon talált, ami részben azzal mérhető le, hogy mennyi időt töltött az olvasással, ha hosszabb a szöveged, akkor eleve több időt tölt ott az olvasó.

Csináld! Minél többet írsz, annál inkább kialakul a saját stílusod és a rutinod. Ha rendszeresen írsz egy blogot, akkor idővel szinte maguktól jönnek az újabb és újabb kapcsolódó témák és kialakul benned egy látásmód, amely révén a mindennapi hírekben, történésekben mindenhol látod majd az újabb témákat, amiket megírhatsz.

Ne hagyd elillanni a pillanatot! Gyakran a legjobb témák olyankor jutnak eszedbe, amikor nem tudsz leülni és azonnal megírni őket. Éppen ezért legyen nálad mindig egy jegyzetfüzet, amibe ezeket az ötleteidet gyorsan felvázolod, a már meglevő mondatokkal, címekkel együtt (mert ha csak két szót írsz le, akkor mire gép elé kerülsz, nem fog eszedbe jutni, mit is akartál :))

A hirtelen jött jó ötleteket, érdekes linkeket gyŋjtheted rögtön a blogba is, ahol vázlat nézetben elmentheted őket.

Ki kell használni azokat a ihletett időszakokat is, amikor éppen ráhangolódsz a témára és akár több bejegyzést is meg tudsz írni egyhuzamban, mert annyi minden jutott eszedbe, ilyenkor előre beidőzíthetsz több bejegyzést is (ha az időbeosztásod miatt gondod van a rendszerességgel, akkor érdemes kihasználnod az időzítésben rejlő lehetőségeket és előre megírni több bejegyzést)

A blogban nyugodtan lehetsz önmagad. Kezdőknél gyakran látom, hogy túlságosan „szakmaiasan" próbálnak fogalmazni. Ennek az áll a hátterében, hogy a hagyományos értelemben vett szakértői státuszhoz egyfajta komolyság kapcsolódik. A blog azonban kötetlen forma, nem tudományos értekezés.

Szakmailag lehet tartalmas, ha ez a célja, de nyugodtan felvállalhatod a saját gondolataidat, véleményedet, meglátásaidat, élményeidet is, hiszen éppen ezek teszik a blogot különbözővé a szakmai portáloktól, folyóiratoktól vagy az újságírók által írott szakmai témájú anyagoktól.

Ilyenekkel sok helyütt találkozhatnak az olvasóid az interneten, a blogot azonban éppen az teszi népszerŋvé, hogy eltér a megszokott formától, változatosabb, érdekesebb, emberközelibb információkat tartalmaz és azonnali visszajelzésre ad lehetőséget.

A blog tartalmát nemcsak te, de az olvasók is gazdagíthatják a hozzászólásaik által (gyakran a hozzászólások érdekesebbek, mint maga a blogbejegyzés). Szemben a hagyományos webtartalmakkal a blogolás előnye, hogy sokat tanulhatsz a hozzászólásokból is: megtudhatod, mennyire érdekes vagy hasznos az adott téma az olvasók számára, mire lennének még kíváncsiak, mi az, amivel nem értenek egyet.

Tudnod kell azonban, hogy a hozzászólások kezdetben nehezen indulnak be, egy induló blognál kis látogatottság mellett hónapokra lehet szükség, mire megérkezik az első

hozzászólás. Olyan ez, mint amikor egy teremben sokan ülnek és az előadó felteszi a kérdést, hogy „Kinek van kérdése?”. Persze sokaknak lenne, de senki nem meri feltenni a kezét. Ha viszont már egyvalaki elkezdi, akkor a többieknek is megjön a bátorsága. A hozzászólások esetén is hasonló a helyzet: ha már elkezdik használni ezt a funkciót, ha azt látják, hogy más is hozzászól, akkor ők is mernek hozzászólni.

Ehhez azonban az is kell, hogy a bejegyzésre lehessen reagálni. Azoknak a bejegyzéseknek, amikhez sok hozzászólás érkezik nemcsak az a titka, hogy sokan olvasták őket, hanem szinte adja magát a véleményezés lehetősége: a bejegyzés vitás, nagy érdeklődésre számot tartó vagy megosztó kérdéseket vet fel, vagy egész egyszerűen a végén a szerző feldobja a labdát az olvasóknak, hogy vajon ők mit gondolnak az adott témáról.

Érdemes alaposan átolvasni néhány olyan bejegyzést, amihez sok hozzászólás érkezett és végiggondolni, vajon miért szóltak hozzá annyian, hiszen számos tényező hozzájárulhat még ehhez (pl. egy adott hangadó társaság szól hozzá szinte mindig, nagyon sok látogatója van a blognak stb.)

A hozzászólásokból gyakran újabb témák is kirajzolódnak: ha olyasmit kérdeznek tőled, amire csak hosszasabban tudnál válaszolni, akkor akár egy bejegyzés formájában is válaszolhatsz.

A blog közösségi forma, ezt tudnod kell. Nem elég csak a saját mondandódat leírni, sokkal könnyebb, ha más blogokat is idézel, linkelsz, bejegyzésekre reagálsz, megosztod mások jó bejegyzéseit stb., ezáltal a blogod népszerűbb lesz és jó linkpartnereket is szerezhetsz.

Miért tart 2 órát megírni egy bejegyzést?

1. Semmi nem jut eszedbe, ezért húzod az időt

Előfordulhat, hogy mire végre le tudsz ülni a gép elé már fáradt, dekoncentrált vagy, ezért mintha minden jó ötlet elszállt volna a fejedből. Ezért érdemes már a tervezett időpont előtt fél órával ráhangolódni az írásra, különben ahelyett, hogy írnál szörfölgetsz a neten, ötletek után keresgélsz, forrásoknak nézel utána, beleolvasol a kommentekbe, hátha valami eszedbejut és már el is telt a 2 óra. Ha éppen nincs kedved írni, akkor inkább ne is ülj le, viszont használd ki az ihletett időszakokat a napjaidban: próbálj meg akkor írni, amikor tele vagy jó ötletekkel, mert ilyenkor sokkal hatékonyabban dolgozol.

Ha nincs rá módod, hogy ezeket a leghatékonyabb perceket kihasználd, akkor tartsd a kezed ügyében a jegyzetfüzetedet és ilyenkor gyorsan vesd papírra a blogbejegyzések ötleteit, vázlatát. Ha nincs füzeted, megteheted azt is, hogy a mobiltelefonodba pötyögöd be vagy hangfelvételként felveszed az ötletet.

Fél órával azelőtt, hogy leülnél a gép elé dolgozni vedd elő a jegyzeteidet és hangolódj rá az írásra gondolatban, így mire a gép elég kerülsz, nem azzal telik már el az első fél-1 óra, hogy eszedbe jusson valami. **Miért blokkolsz le?** Ennek az az oka, hogy félsz az írástól, mert nehéznek tartod, illetve a korábbi rossz emlékek is közrejátszanak. Ha nap, mint nap azt tapasztalod, hogy az időd nagyját az írás viszi el, és nem tapasztalsz sikerélményeket, akkor egyre gyakrabban fog előfordulni, hogy amikor írni kéne, semmi nem jut az eszedbe. Ha követed ezt az útmutatót és megírsz néhány bejegyzést 15 perc

alatt, akkor a tudatalattidat megtanítod rá, hogy képes vagy gyorsan és összeszedetten dolgozni és később a hosszabb bejegyzések sem okoznak majd már akkora problémát.

2. Nem fókuszáltan dolgozol

Leülsz a gép elé írni, de eszedbe jut, hogy rá kéne nézni a levelekre, közben a tesód rádköszön MSN-en, megszólal a mobiltelenfon, a háttérben megy a tévé és nyüzsög a család. Ezt a jelenséget hívják multitaskingnak és van, aki szerint még az intelligenciahányadost is csökkenti. A figyelmed szétszóródik, dekoncentrált leszel, és aztán már ha akarsz se tudsz egy helyre figyelni.

Ha hatékonyan akarsz dolgozni, akkor írj egy listát a teendőkről, amin legyen rajta a levelek megválaszolása, az MSN és a többi, aztán pedig kapcsolj ki minden zavaró tényezőt, húzd magadra az ajtót és dolgozz fél órát koncentráltan a blogbejegyzéseden – sokkal jobb eredményeket fogsz elérni, mintha 10 dolgot csinálsz egyszerre.

3. Nincs minden a kezed ügyében, ami a gyors íráshoz kellhet

Gyors íráshoz kell egy jó ötlet, néhány link vagy oldal, amit ajánlani szeretnél, és esetleg a jegyzetfüzeted, amibe a vázlatot írtad, egy videó vagy kép, amit szeretnél beilleszteni. Ezeket keresd meg előre és készítsd elő: keresd meg és mentsd le a képet, amit szeretnél beletenni a bejegyzésbe, keresd meg azt a videót, amit szeretnél becsatolni, nyisd meg azokat az oldalakat, amikre szeretnél hivatkozni, ha ugyanis írás közben keresgélsz képet, linkeket, akkor nagy rá az esély, hogy a figyelmed elkalandozik, beleolvasol még más írásokba is, megnézel más képeket, videókat, és eltereled a figyelmed az írásról.

4. Ï rákig szépítgeted

Fontos, hogy a blog jól olvasható, jól tagolt legyen, de nem kell órákig szépítgetni. Semmi jelentősége nincsen, hogy egy kép középen van vagy jobbra folyatva. Vagy, hogy hány helyen van a szövegben kiemelés és az milyen színŋ. A túlformázás nemcsak időrabló, hanem nehezen olvashatóvá is teszi a bejegyzést. Elég néhány alapszabályt betartani ahhoz, hogy jól olvasható legyen a blogbejegyzés:

- – ne használj többszínŋ kiemeléseket
- – a képeket inkább középre rendezd, mint oldalra, ha mégis oldalra rendezed, akkor legyen legalább 5 pixel a kép és a szöveg között
- – ha hosszú a szöveg, használj alcímeket (pl. <h2> kiemeléssel)
- – ha sok bekezdésed van és szeretnél fontos dolgokat kiemelni, akkor simán félkövér betŋvel emeld ki
- – tagolj felsorolásokkal, számozásokkal és idézetekkel
- – ne váltogasd a különféle betŋtípusokat egy bejegyzésen belül
- – legyen egyértelmŋ, mi a link és mi nem

5. Túl kritikus vagy magaddal szemben

A blogolás nem a maximalistáknak való. Ez nem tudományos könyvírás, ahol össze kell gyűjtened egy témáról minden tényt és adatot egyetlen cikkbe. Ne egy bejegyzésbe próbáld sűríteni minden tudásodat, inkább minden bejegyzésben mutasd meg más oldaláról a problémát. Ne feledd: az olvasók többsége gyakorlati megoldásokat keres az oldaladon, arra kíváncsiak, miben tudsz nekik segíteni, hogyan tudnak egy adott problémára magyarázatot és megoldást találni. Ez persze nem azt jelenti, hogy szakmailag ne legyenek megalapozottak az írásaid, de próbáld meg a tudásodat sok bejegyzésben átadni, a szakmai tudásodat sokféle oldalról bemutatva. Ha nagyon száraz a témád, akkor igyekezz a valós életből vett történetekkel, esetekkel színesebbé tenni a leírásokat.

Hogyan írj blogbejegyzést 15 perc alatt?

Ha rendszeresen szeretnéd írni a blogodat, de túl sok idődet veszi el a napi szintű blogolás és néha tanácstalanul ülsz a monitor előtt, mert nem jut eszedbe semmilyen jó téma, amiről írni lehetne, akkor most íme néhány jó ötlet, amit gyorsan tudsz kivitelezni:

1. Elő a jegyzetfüzettel!

Praktikus dolog minden bloggal kapcsolatos témaötletedet gyűjteni egy jegyzetfüzetbe és, amikor éppen semmi nem jut az eszedbe, elővenni ezeket a témákat és megírni őket. Ha akkor, amikor még friss az ötlet, nemcsak az ötletet írod le, hanem egy rövid vázlatot is írsz a bejegyzéshez, nagyon gyorsan fel tudod rá majd építeni a szöveget.

2. Elő a mobiltelefonnal!

Manapság már mindenki zsebében ott csücsül naphosszat a fényképezésre, videózásra alkalmas mobiltelefon. Miért ne használnád ki a képességeit? Gyakran lát az ember olyan dolgokat jártában-keltében, amiket le tud fotózni vagy videózni, esetleg találkozik olyan emberekkel, akikkel készíthet egy rövid riportot, miért ne használnád ki a lehetőséget? Persze nem lesz olyan jó minőség, mint egy profi kamerás felvétel, de éppen ez a varázsa (és leírhatod alá, hogy mobiltelefonnal készítetted, mert mindenképpen el szeretted volna hozni ezt az információt az olvasóid számára ;))

3. Frisset, ropogósat

Tudatosan gyűjtsd a szakmai blogokat, oldalakat az RSS olvasódban[6] és mindig reagálj az aktuális hírekre, történésekre! Nemcsak blogokat tudsz így követni, hanem a nagyobb hírportálok tematikus aloldalait is (pl. Gazdaság rovat). A Netvibes-ben pedig olyan oldalak linkjeit is összegyűjtheted, amihez nem tartozik RSS, viszont szakmai szempontból érdekes lehet heti egyszer ránézni az újdonságokra.

Sok segítséget nyújthat a Google Alerts szolgáltatása is, ami naponta vagy hetente küld egy összefoglalót az általad megadott kulcsszavakkal kapcsolatos friss hírekről, új oldalakról vagy levelezőlistákról.

Hogyan írj gyorsan egy friss hírről?

1. Írd le a friss hír lényegét 1-2 mondatban (itt hivatkozhatsz a forrásként használt blogra vagy híroldalra is, ahol bővebb információ található az adott eseményről)
2. Írd le a szakmai véleményedet a hírről egy bekezdésben!
3. Írd le a személyes véleményedet a hírről egy következő bekezdésben! 4. Kérdezd meg az olvasóid véleményét is!

4. Ezt láttam, itt voltam

Ha egy új film vagy könyv jelenik meg a témáddal kapcsolatban, esetleg egy új magazinnal találkozol, vagy pedig más eseményről (kiállítás, verseny, oktatási lehetőség stb.) hallasz, érdemes ezt is közzétenned, hiszen az olvasóidat is érdekelheti.

De nem muszáj a legfrissebb filmekből, könyvekből táplálkoznod. Írhatsz olyan filmekről is, amik nem kifejezetten a szakmához kapcsolódnak, de mostanában nézted meg őket, és egyes jelenetek erősen kötődnek a blog témájához.

Készíthetsz filmekből filmajánlót is videómegosztókról beágyazott előzetesekkel és könyvajánlóval is megteheted ugyanezt, minden könyvhöz/filmhez írj egy 1-2 mondatos kis ajánlószöveget. Ajánlj linkeket is, ahol meg tudják vásárolni a könyveket!

5. Hozzászólásra adott válasz

Ha olyan hozzászólás érkezik a blogodra, amit csak hosszabban tudnál megválaszolni, akkor a válaszodat írd meg inkább egy blogbejegyzésben. Ha sokan kérdezik ugyanazt, ha gyakran merül fel ugyanaz a téma a hozzászólások között, akkor gyűjtsd ezeket a témákat a jegyzetfüzetedbe és időnként írj róluk összefoglalókat.

6. Videógyűjtemény

Gyakran elég egyetlen kapcsolódó, jól eltalált videót ajánlani a témádhoz, de készíthetsz gyűjteményeket is egy adott témáról. Én például az ultrahang videókból készítettem egy harminc bejegyzésből álló sorozatot, mindegyiken más korú magzatot lehet megnézni beágyazott videófelvételeken.

7. Egy másik blogra adott reakció

Ha követsz más blogokat, akkor gyorsan írhatsz blogbejegyzést úgy, hogy egy blogajánlót készítesz (pl. a Hét legfontosabb hazai blogbejegyzései) vagy pedig egy másik blogra reagálsz. Ha egy bejegyzésre bőven lenne reagálnivalód, akkor komment helyett inkább írd le a válaszodat a saját blogodba és máris kész az új blogbejegyzés, a trackback révén pedig olvasókat is szerezhetsz hozzá.

8. Listák

A listák a legnépszerűbb blogbejegyzések közé tartoznak, a megosztásokban is a leggyakrabban ilyen bejegyzésekkel találkozom (pl. 10+1 ötlet, amivel megnyugtathatod a síró babát, 7+1 tipp a gyors blogíráshoz stb.) Előnyük, hogy gyorsan átolvashatóak,

azonnal hasznosítható tanácsokat adnak és gyorsan meg tudod őket írni :o)

Először írd meg magát a listát, ez általában gyorsan szokott menni, aztán írj minden ponthoz egy néhány mondatos magyarázatot és már készen is vagy!

Tarts velünk a Profi Tartalommarketing Online Tréningen is, ahol számtalan új ötletet kaphatsz vállalkozásod felfuttatására tartalommarketing segítségével! Nézd meg a részleteket itt >>