

tegonieuczawszkole.pl

**JAK
GENEROWAĆ
RUCH
NA
STRONĘ**

WYWIAD	4
POZYCJONOWANIE LINKA	8
PLIKI PDF	12



Jak już doskonale wiesz – mechanizm zarabiania w internecie oparty jest na trzech elementach...

Pierwszy element to oferta! Ofertą jest wszystko co sprzedajesz i promujesz za pomocą linka – Ty jako marka.

Drugi element to system. Mam tu na myśli budowanie listy subskrybentów – najlepiej na messengerze.

Trzeci element to ruch. I właśnie o tym jest ten poradnik! Jak ściągnąć ruch do systemu (bezpłatnie)...

Tomasz M. Pietrzak
<https://tegonieuczawszkole.pl>



WYWIAD

Jest to jedna z ciekawszych metod zwiększania ruchu i pozycjonowania marki! Oto, co należy zrobić (w 5 krokach), dlaczego to działa plus kilka uwag, które pomogą Ci w pełni wykorzystać tę strategię...

Zanim przejdziemy do szczegółów musisz wiedzieć, że w każdej niszy są osoby, które jadą tą metodą po całości. Weźmy np. piosenkarza o pseudonimie PITBULL. Zwróć uwagę z iloma innymi artystami (bardziej znanymi) nagrał on wspólnie teledyski? Podobnie jest w marketingu!

KROK 1

Znajdź aktywne forum/grupę w swojej niszy! By znaleźć odpowiednie forum wpisz: „forum: słowo kluczowe” w Google. By natomiast znaleźć grupę na Facebooku, wpisz słowo kluczowe w pasku wyszukiwania i kliknij grupy (na górnym pasku).

KROK 2

Skontaktuj się z administratorem forum/grupy! Na forum zapewne znajdziesz w stopce formularz kontaktowy. Na Facebooku (w grupie) kliknij: członkowie i na górze pojawi się kto jest administratorem.



KROK 3

Wywiad! Jeśli nagrywasz podcasty, możesz zaprosić admina, by pojawił się w nim. Jeśli nie, po prostu będzie to seria pytań do wisu na blogu. Może to być również nagranie wywiadu wideo, który prowadzisz np. podczas rozmowy na appear.in.

KROK 4

Publikowanie wywiadu! To chyba nie wymaga wyjaśnień. Jest to kwestia techniczna w zależności od formatu jaki wybrałeś...

KROK 5

Wyślij wiadomość z podziękowaniem i link do wywiadu osobie z którą go przeprowadziłeś. Tutaj mała uwaga! Jeśli ustaliłeś, że przesyłasz wywiad do autoryzacji przed wrzuceniem w media – nie zapomnij o tym...

DLACZEGO TO DZIAŁA

Każdy, kto jest właścicielem forum/grupy, szuka również sposobów na promocję, a większość osób z przyjemnością porozmawia z Tobą o sobie i problemach nurtujących branżę.

Danie adminowi forum lub grupy okazji do podkreślenia swojej pozycji, a jednocześnie wykazanie jego autorytetu, to wystarczające powody, dzięki którym podzieli się tym wywiadem ze swoją społecznością.



PRZYKŁADOWY SKRYPT WIADOMOŚCI DO ADMINISTRATORA FORUM/GRUPY

Poniżej znajdziesz przykładowy skrypt wiadomości jaką możesz przesłać do administratora forum/grupy. Ale... Nie zapominaj o zachowaniu własnego stylu...

Witam

Nazywam się (Twoje imię i nazwisko) i prowadzę bloga (adres URL strony), który adresowany jest do osób (nazwa niszy). Czy byłbyś zainteresowany przeprowadzeniem wywiadu, który będzie opublikowany na moim blogu?

Do usłyszenia, imię nazwisko

To krótkie i wstępne rozpoznanie tematu! Nie ma żadnych szczegółów w jaki sposób przeprowadzona będzie rozmowa oraz nie padają konkretne terminy. To wstęp, który ma wzbudzić zainteresowanie, a nie straszyć szczegółami.

LISTA PYTAŃ

Jeśli uzyskasz akceptację, przesyłasz listę pytań, np...

1. Kiedy zacząłeś prowadzić forum/grupę i dlaczego?
2. Gdybyś mógł zdradzić jedną rzecz... To co by to było i dlaczego...
3. Jakie są najbardziej gorące tematy, które omawiają członkowie Twojej społeczności...



4. Jak nowe osoby w Twojej społeczności zyskują na obecności w grupie...
5. Czy jest coś co Cię zaskoczyło podczas prowadzenia forum/grupy (w odniesieniu do niszy)...
6. Nie zapomnij oczywiście zadać pytań, które są specyficzne dla określonej niszy, a które byłyby bezpośrednio pomocne dla Twoich odbiorców...



POZYCJONOWANIE LINKA

Jak wybić się w Google? Uwaga! Nie jest to poradnik o pozycjonowaniu – podam Ci portale dzięki którym w ciągu 48h Twój link jest w stanie wskoczyć do TOP10. Kluczowe w tej metodzie jest stworzenie odpowiedniego tytułu...

Oczywiście nie jest to metoda na wybicie mocno obleganych fraz, ale dla fraz z tzw. długiego ogona jest duże prawdopodobieństwo skuteczności tej techniki, która opiera się na mocnej pozycji niższych portali, co powoduje, że Twoje wpisy na nich ekspresowo pojawią się w czołówce Google.

Nie ma tutaj znaczenia, czy będzie to odnośnik do artykułu na Twoim blogu, czy bezpośrednio link referencyjny lub strona przechwytyjąca adresy (kontakty na messengerze, email), ponieważ nie pozycjonujemy strony, a określoną frazę...

FORUM.GAZETA.PL

Na początek rejestrujesz konto, a w jego nazwie najlepiej wpisz domenę bloga – jeśli go prowadzisz. W innym przypadku wpisz frazę popularną w Twojej branży. Ponadto możesz utworzyć stopkę z linkami, np. do Twoich social media. Mała podpowiedź! Możesz zrobić kilka wpisów na różne frazy (tytuły) z tym samym linkiem, co daje Ci możliwość opanowania branży.



Jak już wcześniej pisałem kluczową sprawą jest utworzenie trzy, czterowyrazowego tytułu, a w przypadku tego portalu dodatkowo opis zawierający od 150 do 300 znaków z linkiem „po więcej” – jest klikalny. Ponadto możesz pod popularnymi wątkami wrzucić komentarz ze swoim linkiem „po więcej”...

ZSZYWKA.PL

Tworząc profil masz możliwość wrzucenia foto profilowego oraz foto w tle. Ponadto dodajesz jednozdaniowy opis oraz link do strony docelowej, a następnie tworzysz tablicę. Do tablicy będziesz przypinał swoje zszywki (np. jako podlinkowane grafiki z możliwością przejścia do strony docelowej).

Ponadto komentarze dają możliwość umieszczenia linka klikalnego, a to daje duże pole manewru – przynajmniej z trzech powodów. Po pierwsze jeśli nie masz foto zaciągniętego z linka, to dajesz w opisie tytuł i informację, że link do oferty jest w komentarzu. Po drugie masz możliwość pisania komentarzy pod najpopularniejszymi zszywkami w Twojej kategorii z linkiem docelowym (piszesz sympatyczny komentarz plus link do oferty). Po trzecie promujesz swój profil i masz wejścia z komentarzy.

REDDIT.COM

Tworząc profil wrzucasz foto profilowe, zdjęcie w tle oraz jednozdaniowy opis czym się zajmujesz. Tworząc natomiast post dodajesz wpis, najlepiej od 150 do 300 znaków plus link docelowy i foto.



JOEMONSTER.ORG

Czwartym portalem z serii: jak wybić się w Google jest joemonster.org. Tworzysz tutaj profil (zdjęcie, opis, link do strony głównej), następnie zakładasz mikrobloga, na który wrzucasz notatki (tytuł, foto, opis do 300 znaków i link docelowy).

PINTEREST.COM

Podstawa na tym portalu to skonfigurowanie profilu (zdjęcie profilowe, jednozdaniowy opis i link docelowy), a następnie tworzysz tablicę (lub kilka tablic tematycznych).

Dodając wpis możesz zaciągać foto bezpośrednio ze strony lub dodawać z komputera. Ponadto potrzebny będzie Ci krótki tytuł wpisu, link do strony docelowej oraz opis (kilka słów kluczowych plus kilka kluczowych hashtagów).

DDOB.COM

Ten portal skupia twórców z różnych branż. Poza pozycjonowaniem jego atutem jest widownia, którą zyskujesz natychmiast po opublikowaniu wpisu.

Jak w każdym z podanych portali konfigurujesz profil (zdjęcie profilowe, krótki opis). Po tym zabiegu możesz dodawać wpisy! Do wpisu potrzebujesz: zdjęcie, tytuł wpisu, jednozdaniowy opis, czego dotyczy post i maksymalnie do 300 znaków wpisu z linkiem docelowym.



MEDIUM.COM

Konfigurując profil będzie potrzebne Ci zdjęcie profilowe i adres strony internetowej. Nowy wpis dodajesz klikając NEW STORY. Następnie wpisujesz tytuł, dodajesz zdjęcie i krótki wpis (do 300 znaków) z linkiem docelowym.

STYLOWI.PL

W tym przypadku do skonfigurowania profilu potrzebujesz – zdjęcie profilowe, zdjęcie w tle oraz jednozdaniowy opis. Następnie tworzysz kolekcję, do której dodajesz wpisy. Wpis w tym przypadku to zdjęcie plus jednozdaniowy opis, który jest frazą kluczową, po której dodajesz klikalny adres URL do strony docelowej...

W mojej opinii jest to osiem najlepszych portali, a przetestowałem ich dziesiątki. Na mniej oblegane frazy możesz mieć nawet pierwszą pozycję w ciągu 48h. Trudno więc znaleźć szybszą, prostszą i tańszą metodę na wyszukiwarkę Google.



PLIKI PDF

Jak wykorzystać pliki PDF w marketingu wirusowym i pozycjonowaniu stron? Jak zrobić to profesjonalnie i czy warto do tego podejść? Tak, ponieważ wyszukiwarki indeksują PDF-y i rozpoznają linki w nich umieszczone.

Obecnie roboty wyszukiwarek internetowych posiadają dużo większe możliwości odczytywania i indeksowania zawartości PDF-ów. Zwiększenie widoczności strony w wynikach wyszukiwania oraz wzrost jej pozycji dzięki plikom PDF wymaga jednak przestrzegania pewnych zasad...

Podobnie jak strony internetowe, pliki PDF mogą zawierać linki, za którymi podążają roboty wyszukiwarek – wystarczy zapisać je w formie klikalnej i podobnie jak w przypadku stron internetowych, za pomocą słowa kluczowego i jego synonimów Google ocenia co jest motywem przewodnim Twojego PDF-a.

Tworzenie właściwej nazwy pliku jest często ignorowane, a jest wykorzystywane przez Google. A więc obowiązkowo należy umieścić słowo kluczowe w nazwie PDF-a. Pamiętaj również, aby oddzielać wyrazy kreskami i nie używać polskich znaków, np. slowo-kluczowe-w-nazwie-pliku-pdf.

Kolejną czynnością jest nadanie dokumentowi tytułu przyjaznego robotom wyszukiwarek – najlepiej do około 70 znaków. Podstawowa zasada – słowo kluczowe w tytule PDF-a powinno znaleźć się na początku, analogicznie jak w przypadku stron internetowych.



Jedno jest pewne – nie daje się pozycjonować określonego PDF-a na mydło i powidło. Jeden plik, to jedno słowo kluczowe! Dopóki tego nie zastosujesz, będziesz miał problemy z pozycjonowaniem.

A teraz, to co dla Ciebie najważniejsze – linki do stron zewnętrznych... Pamiętaj by były w pełnym formacie i miały formę klikalną, np. <https://tegonieuczawszkole.pl>.

W historii marketingu internetowego, marketing oparty na słowie pisany był i jest jednym z najskuteczniejszych sposobów promowania oraz pozycjonowania. Ostatnio często słyszymy o nowych pomysłach Google na ocenę naszej internetowej działalności: jakość, a nie ilość, stąd wysoka wartość linków z profili pdf, profili audio i profili wideo.

Wiele osób narzeka, że pozycjonowanie po zmianach algorytmów Google jest trudne. Moja odpowiedź brzmi: „Trudne jest jeśli ktoś przyzwyczał się do faszeringowania internetu seobadziwiem.”

Teorię mamy za sobą, więc najwyższy czas przejść do instrukcji...

KROK 1

Po pierwsze – napisz ebooka lub utwórz go z linka do artykułu na stronie printfriendly.com.



KROK 2

Przygotuj poniższe dane do rejestracji na portalach udostępniających PDF-y, ponieważ na większości portali masz możliwość utworzenia profilu...

EMAIL

Wybierz śmieciowy email lub załóż odrębny adres email. Jest on konieczny, ponieważ do pełnej rejestracji na większości portali niezbędna jest weryfikacja poprzez kliknięcie w link przesłany na Twoją pocztę email.

LOGIN

Wybór odpowiedniego loginu podnosi Twoją rangę, buduje zaufanie i stawia Cię w pozycji eksperta. Najczęściej login jest składową linku do Twojego profilu na poniższych portalach.

HASŁO

Może być jedno – ośmioznakowe, dla wszystkich portali, ale niech będzie inne od wszystkich Twoich obecnych haseł.

ADRES TWOJEJ STRONY INTERNETOWEJ

W większości portali będziesz mógł wkleić adres swojej strony internetowej w przeznaczonym do tego polu. To ważne, ponieważ są to serwisy z wysokim PR, co wpływa na pozycjonowanie Twojej strony.



OPIS

Powinien zawierać maksymalnie 150 znaków i rozpoczynać się od słowa kluczowego. Google lubi to, więc nie ma co iść pod prąd...

KROK 3

Zarejestruj się na poniższych portalach...

issuu.com
slideshare.net
scribd.com

KROK 4

Przygotuj poniższe dane przed rozpoczęciem wrzucania PDF-ów...

TYTUŁ

Powinien zawierać słowo kluczowe na początku, a każdy wyraz powinien rozpoczynać się z dużej litery.

OPIS

Oczywiście powinien zawierać do 150 znaków, a słowo kluczowe powinno znajdować się na samym początku.



TAGI

Najlepiej jeżeli będzie to jedno słowo kluczowe, które najbardziej Cię interesuje. Nie ma jakiegokolwiek celu, by upychać na siłę wiele słów kluczowych. W końcu PDF w swojej treści również ma za zadanie pozycjonować jedną określoną frazę.

KROK 5

Z pewnością pierwsza wrzutka pochłonie Ci nieco więcej czasu, ponieważ musisz wizualnie przyzwyczać się do specyfiki tych portali. Możesz również stworzyć grafikę z kilku zdaniowym opisem i linkiem docelowym zapisaną w formacie PDF i wrzucić ją na te portale. Będzie to skrócona wersja tej metody...





Tomasz M. Pietrzak - autor poradników oraz książki pt. JAK ZOSTAĆ SZEFEM. Czyli... Minimalista, który nauczy Cię jak zbudować podziemne centrum propagandy...

