

tegonieuczawszkole.pl

JAK

NAPISAĆ

ARTYKUŁ

Kilka Słów Tytułem Wstępu	3
Prowadzenie Bloga, To Organizowanie Imprezy	4
Po Co Pisać Artykuły	10
Nisza I Słowa Kluczowe	11
Rodzaje Artykułów	12
Porady Dotyczące Pisania Artykułów	14
Błędy Popelniane Podczas Pisania Artykułów	15
Tytuł Artykułu	17
Wstęp Do Artykułu	19
Treść Artykułu	20
Zakończenie Artykułu	23
Zakup Artykułu	24
Ostatnie Szlify	26
Optymalizacja Artykułu	27
Gdzie Publikować Artkuły Do Przedruku	28
Podsumowanie	29



Czy kiedykolwiek zastanawiałeś się, co odróżnia guru sprzedaży online o wielkim nazwisku od przeciętnego, małego sprzedawcy? Odpowiedz jest oczywista! Wielcy sprzedawcy są w stanie napisać i opublikować content lub kupić tekst i przeredagować go.

System społecznych przekonań tak jest skonstruowany, że postrzega autorów wszelkich publikacji jako osoby uznawane za autorytety w swojej dziedzinie. Dla nas, to dobra wiadomość! Każdy autor doskonale wie, iż pisanie, to prestiż i szybka ścieżka do sławy. Pomyśl o tych dwóch faktach! Podczas, gdy większość sprzedawców próbuje nieporadnie promować produkty i usługi, doświadczeni sprzedawcy promują siebie poprzez pisanie, a w ich dążeniu do bycia dużo lepszymi pisarzami od swoich konkurentów oni ciągle piszą, piszą, piszą...

Jak więc można dostać się na tę ścieżkę? Zaczynij pisać artykuły informacyjne. Jest to najprostsza droga do opanowania tematu i rozpoczęcia budowania marki. Nie zapominaj również, że treść stanowi bazę wyjściową do stworzenia prezentacji lub nagrania wideo - jest wtedy scenariuszem.

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



Prowadzenie Bloga, To Organizowanie Imprezy

Pamiętasz ostatnią niesamowitą imprezę? Oczywiście, że tak. Odlotowe imprezy na zawsze pozostają w pamięci. To samo dotyczy popularnych blogów – jest coś co odróżnia je...

Pewnie wpadło Ci teraz do głowy, że popularne blogi dysponują magiczną wajchą, która daje im przewagę nad konkurencją. Masz rację! Popularni blogerzy wiedzą, że nie można pozostawić niczego przypadkowi. Poznaj więc na początek plan gry, który możesz wdrożyć u siebie.

Odpowiednia Grupa Odbiorców.

Czy zaprosiłbyś swoją ciocię na wieczór kawalerski? Pewnie nie, ponieważ mogłaby uznać taką balangę za mało interesującą. Jeśli próbujesz organizować imprezę, która ma zadowolić wszystkich, to z pewnością nie zadowolisz nikogo.

To samo dotyczy blogów. TOP blogerzy wiedzą, że nie warto oferować wszystkiego dla wszystkich. Treści, które wybrana publiczność uzna za ciekawe, prawdopodobnie będą zupełnie nieistotne dla innych, a nawet będą pożywką dla hejterów.

Właśnie dlatego jako bloger powinieneś koncentrować się na dostarczaniu treści dla określonej niszy. Podobnie jak na udanej imprezie – łączenie ludzi zainteresowanych określonym tematem jest częścią tego, co sprawia, że określone blogi są atrakcyjne.

Twoją publiczność powinno łączyć coś wspólnego – marzenie, pragnienie, misja, która pomaga w budowaniu poczucia celu. Zanim wrzucisz swój następny wpis na bloga, poświęć nieco czasu, by przeanalizować dla kogo piszesz i jaki przyświeca temu cel.

Analiza Słów Kluczowych.

Idealny gospodarz imprezy wie, czego publika oczekuje już przed rozpoczęciem imprezy. Ale nie jest to żadna magia! Sekretem jest tutaj odrobienie pracy domowej. Zanim zaczniesz planować imprezę pod określone potrzeby uczestników, musisz znać każdy najmniejszy szczegół dotyczący tego, co kręci imprezowiczów.



Gospodarz daje gościom to, czego chcą – dzieci gier, goście weselni chcą jeść i tańczyć, goście wieczoru kawalerskiego chcą... Wiesz czego chcą. Chociaż na pozór może wyglądać to banalnie, to określenie problemów, które chcesz rozwiązać, może być już trudniejsze.

Nawet jeśli rozumiesz problemy określonej grupy odbiorców, to Twoja widownia może nie postrzegać tego w taki sam sposób jak Ty. Właśnie dlatego inteligentni blogerzy komunikują się w kategoriach, które rozumieją ich odbiorcy. Oznacza to stanie się częścią społeczności, a nie biernym uczestnikiem.

Dlatego warto czytać popularne blogi, które angażują odbiorców w Twojej grupie docelowej. Zwróć uwagę na elementy, które wzbudzają zainteresowanie czytelników, a następnie zacznij stopniowo wdrażać je u siebie.

Obowiązkowo korzystaj z narzędzi analizujących słowa kluczowe, by mieć wiedzę jakie frazy są wyszukiwane pod określone hasła. Wiedząc jakich słów kluczowych używają internauci szukając odpowiedzi na określony problem, możesz odnieść się do konkretnych wyzwań, co do których Twoi czytelnicy potrzebują odpowiedzi.

Ponadto bywaj tam, gdzie jest Twoja publiczność. Odwiedź fora, konferencje online, zerknij w komentarze na innych blogach w Twojej niszy itp. Mając tego typu wiedzę zrób notatki na temat problemów z jakimi Twoi docelowi odbiorcy borykają się. Dzięki temu zbierzesz sporo pomysłów na nowe wpisy!

Promocja.

Wyobraź sobie, że zrobiłeś wszystko, co musisz zrobić, by zaplanować niesamowite przyjęcie – dekoracja, jedzenie, atrakcje itd., ale nie wysyłałeś zaproszeń. Poświęcony czas i wysiłek jest wtedy zwykłym marnotrawstwem zasobów – właśnie to większość osób robi ze swoimi blogami. Po prostu publikują treści i oczekują, że czytelnicy pojawią się w magiczny sposób. Niestety, to tak nie działa – internet przesycony jest treścią.

TOP blogerzy są ekspertami w dziedzinie promocji, ponieważ wiedzą, że bez tego nikt nigdy nie przeczyta tego co napisali. Stąd poświęcanie czasu na budowanie relacji z czytelnikami, ponieważ buduje to autorytet.



Podpowieź! Pisz posty na popularnych serwisach, np. ddoob.com. Ta strategia działa, ponieważ przynosi obopólne korzyści – portal ma treść, a Ty otrzymujesz natychmiastową reakcję poprzez powiązanie ze swoim blogiem. Jednym z argumentów dotyczących gościnnego blogowania jest fakt, że budujesz wtedy relację z innymi blogerami.

Najważniejszym aspektem jest oczywiście promocja swojego bloga za pośrednictwem mediów społecznościowych, tj. Facebook i Instagram. Czy to przez email, messenger, media społecznościowe, czy jakiś inny kanał – zawsze komunikuj co jest wartością Twojego przekazu dla czytelników m. in. przez odpowiednio skonstruowane tytuły, które przyciągają uwagę.

Zachęcaj Do Powrotu.

Nawet jeśli zrobisz wszystko, by zaplanować idealną imprezę, to zawsze dorzuc coś co nie było objęte planem... Gwarantowane miejsce w wannie z hydromasażem?... Striptiz?... Na ekskluzywnych imprezach rozdają torby z prezentami i to czasami niemałej wartości...

Podobnie jest z blogowaniem – blogerzy rozdają gratisy, by zachęcić czytelników do ponownego odwiedzenia ich strony oraz subskrypcji newslettera. Ten rodzaj gratisów może przybierać różne formy – ebooki, audiobooki, mini kursy, które są swoistymi narzędziami, jakie czytelnik może zastosować natychmiast.

Działaj Jak Magnes.

Nakłonienie ludzi do pojawienia się na imprezie to jedno, ale kiedy goście przychodzą, to musi pojawić się magnes, który powoduje, że chcą pozostać do końca. Może to fenomenalny DJ, którego bity ściągają na parkiet lub pokój, w którym wszyscy palą skręty. Cokolwiek to jest, gospodarz musi zaoferować coś, co sprawia, że pobyt na imprezie zapiera dech w piersiach.

Dokładnie w ten sam sposób chcesz, by czytelnicy czuli się na Twoim blogu! Zamiast publikować przypadkowe wpisy, które pojawiają się w Twojej głowie, poświęć nieco czasu na przemyślenie koncepcji mającej szansę na uwiedzenie publiki, która po dotarciu do końca pragnie więcej, więcej, więcej...



Idealnym rozwiązaniem jest wiedza od czego Twoi czytelnicy są uzależnieni. W tym celu wykorzystaj Google Analytics. Na podstawie analizy rób więcej tego, co działa, a mniej tego, co nie działa!

Zamiast być nachalnym sprzedawcą, zdaj sobie sprawę, że proces tworzenia poczytnego bloga jest wynikiem budowania relacji (uwodzenia), ponieważ tak jak w prawdziwym życiu satysfakcjonujące relacje są uzależniające.

Umiejętność Mówienia I Milczenia.

Gospodarz imprezy, który nie mówi nic o sobie jest irytujący, niezależnie od tego jak bardzo jest inteligentny. Właśnie dlatego blogerzy postrzegają swojego bloga nie jako wysypisko wyłącznie własnych przemyśleń, ale jako platformę do budowania społeczności.

Kiedy czytelnicy czują, że słuchasz tego, co mają do powiedzenia, są bardziej skłonni do angażowania się. Twórz więc emocjonalnie atrakcyjne treści – takie, które zachęcają do udostępniania.

Być może dobrym sposobem będzie link do ankiety, w której czytelnicy będą mogli zasugerować czego oczekują po Twoim blogu. To z kolei doda nowej perspektywy i pozwoli Ci ocenić, które elementy warto poprawić.

Rozmowa Z Publicznością.

Dobry gospodarz wie jak sprawić, by każdy czuł się gościem honorowym. W końcu nikt nie lubi, by osoba, która zaprosiła go spędzała cały czas z innymi. Właśnie dlatego – nawet gdy Twój grafik jest napięty jak struna zawsze poświęć trochę czasu na interakcję: odpowiadanie na pytania i udzielanie odpowiedzi.

Aby skutecznie i merytorycznie komunikować się z odbiorcami, pamiętaj że wykorzystanie poczty elektronicznej to nie tylko wysyłka linków do nowych artykułów, a także dwukierunkowy kanał komunikacji pomagający budować osobiste relacje.



Powodem, dla którego większość osób korzysta z mediów społecznościowych jest to, że chcą być wysłuchani. Łatwo jest to zapewnić! Wystarczy poświęcić czas na odpowiedź oraz kliknięcie lajka lub komentarz pod wpisem.

Wypada wspomnieć o hejterach! Tutaj panuje jedna zasada – szkoda na nich czasu. Blokujesz taką osobę i po robocie, bez nerwów i rozczulania się. Pomyje każdy może wylewać u siebie, a nie u Ciebie...

Porywanie Tłumów.

Nikt nie lubi nudnego gospodarza imprezy! Wiesz, o kim mówię. Jest to osoba, która desperacko pragnie, aby wszyscy dobrze się bawili, ale sama nie przejawia euforii.

Niezależnie od tego, czy jest to impreza, czy blog, ludzie przejmują wibracje od gospodarza, a jeśli nie widzą entuzjazmu trudno innym zrelaksować się. Na blogu czytelnicy chcą poczuć więź z blogerem – chcą się dobrze z nim bawić.

Bycie blogerem często nie przypomina bycia nauczycielem, a raczej bycie ulicznym luzakiem. Większość popularnych blogerów ma jedną wspólną cechę – charyzmę. Życie jest zbyt krótkie, by traktować je zbyt poważnie. Więc nie rób tego! Od czasu do czasu dziel się zabawnymi historiami z własnego życia, by czytelnicy mogli zobaczyć człowieka za Twoim blogiem.

Wykorzystaj możliwość pokazania swojej wesołej strony w social media, bez względu na to, co udostępniasz, jak reagujesz na komentarze, a nawet jak opisujesz siebie na stronie o mnie lub nocie autorskiej. Jeśli nie boisz się skoczyć, to prawdopodobnie Twoja widownia skoczy za Tobą.

Planowanie Następnej Imprezy.

Jeśli naprawdę chcesz zostać niekwestionowanym królem lub królową imprezy, musisz myśleć o następnej imprezie – nawet zanim ta się skończy. Gdy zaczniesz zdobywać reputację, będzie Ci oczywiście łatwiej. Może nawet skłonisz publikę do spontanicznej serii pytań – „Kiedy jest u Ciebie następna impreza?”.



Pamiętaj! Niech ludzie wiedzą, że masz coś nowego do zakomunikowania. Publikacja prawdopodobnie nie wróci na bloga – nawet popularnego – jeśli będzie spodziewać się, że znajdą to samo, co było ostatnio.

Kiedy regularnie publikujesz programujesz czytelników, by oczekiwać od Ciebie czegoś nowego. Nie ma celu codzienne publikowanie, ponieważ będziesz smakował jak kotlet jedzony przez siedem dni w tygodniu. Poświęć natomiast czas na dopracowanie swoich postów, by były dziełami sztuki, o których nikt nie zapomni. Jakość ponad ilość.

Na koniec spójrzmy prawdzie w oczy. Świat potrzebuje błyskotliwych ludzi, którzy dokonują wielkich rzeczy. Czy nie dlatego założyłeś bloga? Czas byś zorganizował największą i najbardziej zwariowaną balangę jaką ktokolwiek widział na kuli ziemskiej...



Po Co Pisać Artykuły

W świecie zarabiania przez internet generowanie ruchu jest kluczem do sukcesu, a jedną z metod jego pozyskania są treści publikowane na blogach, portalach z artykułami do przedruku oraz w social media tj. Facebook, czy Instagram. Odpowiedni dobór słów kluczowych skutecznie umiejscawia artykuł jak również link docelowy w wynikach wyszukiwania Google, a więc jest działaniem długofalowym.

Z badań jakie przeprowadzono w tym zakresie wyciągnięto pewien wniosek, a mianowicie, iż skłonność do podjęcia określonej akcji przez osoby, które samodzielnie wyszukają artykuł jest 10 razy większa niż osób pozyskiwanych z innych źródeł. Artykuły są przeciwieństwem ogłoszeń, które tracą na wartości każdego następnego dnia po opublikowaniu (są to komunikatu ograniczone czasowo) - one nabierają wartości z każdym kolejnym dniem...

Czy zdanie: „Nie każdy jest pisarzem!” jest prawdziwe? Nie i nie ma jakiegokolwiek znaczenia, a to dlatego, że nie musisz pisać samodzielnie artykułów - możesz je kupić, ale o tym za chwilę... Nie rozmawiamy jednak teraz o kupowaniu artykułów, ponieważ po przeczytaniu tego poradnika poradzisz sobie perfekcyjnie z ich pisaniem - wręcz po mistrzowsku...

Pamiętaj, że strategicznie chodzi o pokazanie eksperckiej pozycji, a dopiero skierowanie czytelników na stronę docelową, gdzie można uzyskać więcej informacji. Sprzedaż zawsze odbywa się na stronie sprzedażowej, a nie bezpośrednio w artykule.

Doskonale wiesz jak trudno dzisiaj uzyskać wpisy w wartościowych serwisach, co wiąże się z pozyskiwaniem linków zwrotnych wspomagających pozycjonowanie. Coraz częściej warto zwracać uwagę nie na ilość, a na jakość, dlatego zamiast mścić się na 100-u bezwartościowych preclach lepiej napisać 10 artykułów...



Nisza I Słowa Kluczowe

Zanim napiszesz swój pierwszy artykuł, musisz zdecydować, co chcesz nim osiągnąć, określić swoją niszę rynkową i w jaki sposób pozycjonować się na eksperta w tej dziedzinie. Wielu sprzedawców nie może podołać temu zadaniu, ponieważ miotają się tu i tam robiąc 10 rzeczy jednocześnie.

Ustawienie się obok setek innych sprzedawców w tej samej branży i wygranie z nimi, to jest Twój cel! Proces ten nazywany jest kreowaniem marki. Twoim celem jest wykreowanie swojego nazwiska (bloga), jako eksperta w danej dziedzinie, a każdy artykuł, który napiszesz powinien wzmacniać tę ideę. Przy podejmowaniu decyzji o tym, co masz napisać musisz mieć w pamięci ten długoterminowy cel.

Za każdym razem, kiedy czytelnik dostrzeże Twój artykuł powinien od razu pomyśleć o Tobie (blogu), jako o ekspercie. Autor artykułu zawsze w mniejszym lub większym stopniu postrzegany jest jako ekspert w rozwiązywaniu określonych problemów. Gdy już zaczniesz być rozpoznawany jako osoba umiejąca rozwiązywać problemy, zawsze będzie na Ciebie popyt. Świat sam utoruje Ci drogę do sławy.

A więc zaczynamy...



Rodzaje Artykułów

PORADY

Artykuł dostarcza czytelnikom wskazówki w określonym temacie, np. jak zarabiać, jak stworzyć... Warto, by tytuł zawierał informację ile jest tych wskazówek (np. 5 kroków do...), a poszczególne akapity powinny być wyraźnie wyodrębnione (punkty, numerowanie, itp.).

Świetnym przykładem portalu typu „jak” jest ehow.com. Pada pytanie, będące wynikiem określonego problemu, ale tylko jednego problemu, a nie 10-ciu. Problem jest opisany i wyolbrzymiony we wstępie, następnie zaprezentowane są poszczególne kroki, a w podsumowaniu wrzucony link docelowy - po więcej...

HISTORIA

To opowiedzenie przeżycia, przejścia autora, choć nie zawsze, ponieważ może to być studium przypadku dotyczące innej osoby. Czyli opis określonego przypadku w odniesieniu do wybranej niszy rynkowej. Tego typu treści zawierają stwierdzenie faktów oraz elementy opisowe pobudzające emocje czytelnika. Ta forma literacka dla naszych potrzeb najlepiej oddaje ideę od zera do bohatera.

REKOMENDACJA

Jest używana w celu promocji określonego produktu, biznesu. Recenzje w formie artykułu, to połączenie dwóch form literackich, z których każda ma swoje zalety i wady. Rekomendacja w formie artykułu to hybryda przeznaczona głównie dla masowego odbiorcy tekstów w sieci: wartościowa, ale lekkostrawna...

Jako że jest to literacki mikś ma elementy recenzji i polecenia. Zacznijmy od tego, co zostaje z recenzji. Opisujesz produkt, biznes, więc musisz podać jego pełną nazwę (tak, by czytelnik miał stuprocentową pewność, o czym czyta), musisz napisać, kto jest za ten produkt odpowiedzialny (za film - reżyser, za książkę - autor). Na kogoś trzeba zrzucić winę, kogoś postawić pod pręgierz, albo na piedestał.



Recenzja produktu musi być wszechstronna. Nie ma znaczenia, co opisujesz, byleś robił to dokładnie. Co jeszcze? Wiernie. Kupione recenzje i tak prędzej, czy później tracą swoją moc. Recenzja to forma obiektywna i taką ma pozostać również w formie artykułu.

Właśnie, artykuł... Tu jest problem, bo artykuł z zasady jest formą subiektywną, więc trochę gryzie się to z wymogami względem recenzji. A może to tylko pozory? Możesz produkt, który oceniasz pozytywnie, komuś odradzać. To jest właśnie ten autorski komentarz, który nie musi być obiektywny. Co prawda takie porady nie mogą pozostać nieuzasadnione, ale pojawiać się mogą.

Plus jest taki, że stosując tę formę możesz zrezygnować ze ściśle hierarchicznej struktury tekstu na rzecz nieco luźniejszej, wzbogaconej dygresjami. Także język i jego styl nie muszą być sztywne. Artykuł ma się lekko czytać, więc dostosowujesz formę przekazu do wymagań grupy odbiorców.

WYWIAD

Jest to rozmowa pomiędzy dwoma osobami lub grupą osób, podczas której prowadzący zadaje określone pytania w celu uzyskania odpowiedzi na nie. Wywiad ma więc strukturę: pytanie - odpowiedź. Inne formy nie muszą w ten sposób zachowywać procesu pozyskiwania informacji, ale wywiad jest gatunkiem interakcyjnym, opartym na dialogu.

Często w przypadku wywiadów, będących przytoczeniem słów wymagana jest autoryzacja, czyli akceptacja przez rozmówcę końcowej wersji tekstowej przeznaczonej do publikacji.

Musisz wiedzieć, że ludzki egoizm nie zna granic! A w przypadku wywiadów jest to bardzo istotne i ma znaczenie praktyczne. Sformułuj kilka pytań i wyślij je do znanej osoby (lub osób) w Twojej branży wyjaśniając jej, że odpowiedzi będą udostępnione na Twoim blogu. Masz duże prawdopodobieństwo, że ta osoba nakręcona chęcią pokazania swojej pozycji udzieli Ci odpowiedzi, a ty zyskasz świetny i unikalny tekst do napisania artykułu.



Porady Dotyczące Artykułów

Treść Twojego artykułu to miejsce, w którym realizujesz obietnice dane w tytule. Jest to element, w którym dostarczasz towar. Musisz więc dać czytelnikowi konkretne i praktyczne pomysły, które mogą być natychmiast zastosowane w celu rozwiązania jego problemu. Stwórz mentalne obrazy w umyśle czytelnika i odwołaj się do jego zmysłów tak, by faktycznie doświadczył tego o czym napisałeś.

Zastanówmy się chwilę jak to jest z chwytliwymi reklamami? Czytając reklamy (teksty ofertowe, emaile, ogłoszenia) z pewnością zauważyłeś jak wiele z nich jest notorycznie powielanych. Nie tylko przeciętny marketingowiec pisze mdłe i nieciekawe komunikaty - najlepsi również...

Jeżeli chcesz napisać skuteczną reklamę, musisz pamiętać o tym, że: wszyscy ludzie myślą obrazami. Kiedy istnieje wybór między logiką i emocją – emocje zawsze wygrywają. Są tylko dwa powody, dla których czytelnicy podejmą działanie: by pójść w kierunku przyjemności lub by odejść od bólu. Bez względu na to, jak złożeni i wyrafinowani jesteśmy, w głębi duszy mamy dokładnie te same nadzieje, marzenia i pragnienia.

Czy Twoje reklamy są chwytliwe, czy po prostu starasz się działać w oparciu o te same schematy? Spraw, by czytelnik wyobraził sobie korzyści jakie osiągnie, a więc chwyć potencjalnych klientów używając emocji i narób im apetytu. Ta sama koncepcja odnosi się do pisania artykułów. Spraw, by Twój artykuł był chwytliwy!



Błędy Podczas Pisania Artykułów

ARTYKUŁ TYPU OFERTA SPRZEDAŻOWA

Ustaliliśmy, że w e-biznesie zadaniem artykułu jest rozwiązanie określonego problemu! Jeżeli pójdziesz w stronę oferty sprzedażowej zmarnujesz szansę na przeprowadzenie transakcji handlowej. Pamiętaj! Od sprzedaży są strony sprzedażowe.

Wielokrotnie testowałem na różnych blogach promujących określone produkty, co lepiej sprzedaje - artykuły rozwiązujące problem, czy promujące produkt? Otóż, najlepiej sprzedawały blogi zawierające jeden baner na bocznym pasku i ani jednego słowa więcej o produkcie pod który założony był blog...

UNIKAJ FAKTÓW, KTÓRYCH NIE SPRAWDZIŁEŚ

Nie dokładaj sobie sam autorytetu przez wprowadzanie w błąd czytelników i nie składaj obietnic bez pokrycia. Najłatwiej zauważyć to na blogach opisujących zarabianie przez internet, którego autor fizycznie nie zarabia, a robi to jedynie teoretycznie...

Kłamstwo i nabijanie w butelkę, to powszechne atrybuty sloganu „zarabianie przez internet”. Kiedy zaczniesz pisać o swoich doświadczeniach związanych z rozpoczynaniem działalności, swoich porażkach i małych sukcesach szybciej zdobędziesz audytorium niż osoba wypisująca bzdury o zarabianiu tysięcy dolarów w jakimś fikcyjnym projekcie...

ZBYT KRÓTKIE ARTYKUŁY

Krótki może być sms, ale niestety artykuł powinien zawierać minimum 300 słów, optimum 500, maksimum 800. Oczywiście są to wartości umowne! Opowiadanie erotyczne będzie z pewnością dłuższe od instruktażowego wpisu krążącego wokół trzech kroków. Tak naprawdę artykuł ma odpowiednią długość, kiedy jesteś w stanie utrzymać uwagę czytelnika.



NIE KOPIUJ TEKSTÓW

Po pierwsze łamiesz zasady etyczne, ja już tu pomijam uwarunkowania prawne! Rozwiązania opisane w innych artykułach lub publikacjach są oczywiście do wzięcia, ale plagiat tekstu ma się nijak do budowania indywidualnego wizerunku i mija się z tego typu działaniami. Po drugie algorytmy Google nie tolerują wielokrotnego używania tych samych treści pod przykrywką różnych linków.



Tytuł Artykułu

Dobry artykuł zaczyna się od świetnego tytułu, a w wirtualnym świecie, to kluczowa sprawa. Jak więc tworzyć zabójcze tytuły? Pamiętaj! Masz tylko jedno podejście, aby przykuć uwagę czytelnika i zmusić go do przeczytania Twojego artykułu.

Sekret napisania tytułu, który skusi czytelnika do przeczytania Twojego artykułu opiera się na odwołaniu do jego własnego interesu. Tytuł musi pobudzić czytelnika do działania pokazując mu jakie korzyści uzyska z poświęcenia swojego cennego czasu na poznanie Twojej propozycji.

Jednym z najskuteczniejszych otwieraczy jest słowo „jak”. Czytelnik natychmiast zwraca uwagę na tytuł: „Jak...”, który rozwiąże jeden z jego palących problemów.

Kolejną skuteczną metodą zwrócenia uwagi czytelnika są tytuły z użyciem: „Czy...”. Ten typ tytułu przemawia do czytelnika na poziomie emocjonalnym. Zwróć uwagę podczas czytania poniższego przykładu na swoją podświadomą tendencję do udzielenia odpowiedzi na pytanie: „Czy masz kontrolę nad...?”.

Trzeci typ tytułów związany jest z poleceniami - polecenie natychmiast skupia uwagę. Jesteśmy zwierzętami stadnymi i w genach mamy zakodowane impulsy reagujące na polecenia. Np...

Sprawdź...

Zobacz...

Ustaw swój cel na...

Używaj również tytułów, które zawierają liczby. Wiele razy łączy się słowo „sekret” z liczbami - efekty są fenomenalne. Oto kilka przykładów...



Jak zarabiać 3.579,00 zł miesięcznie...
10 sekretów udanego marketingu sieciowego...
7 tajemnic dotyczących skutecznego działania...

Tytuł musi przyciągać uwagę odbiorcy, ponieważ często tym właśnie kieruje się czytelnik przy wyborze tekstu, a część z tych propozycji może wzbudzać Twoją ironię, ale tutaj liczy się potwierdzona skuteczność.



Wstęp Do Artykułu

Kiedy już przyciągniesz uwagę swoim zabójczym nagłówkiem, musisz ją utrzymać mocnym zdaniem wprowadzającym. Dlaczego? Ponieważ czytelnik przejawia krótką chwilę uwagi i celem zdania wprowadzającego jest zmuszenie go do przeczytania artykułu. Warto więc używać formy pytającej podczas tworzenia takiego zdania. Oto przykład: „Jesteś gotowy, by przenieść swój biznes na wyższy poziom, czy szukasz wymówek, by nie pójść błyskawicznie na dno?”.

W tej sytuacji następuje chwilowe zawieszenie na pytaniu i zostaje zarzucona przynęta skłaniająca do przeczytania celem znalezienia odpowiedzi na postawione pytanie.

Inną metodą jest stosowanie odważnych stwierdzeń w zdaniu wprowadzającym. Czytelnik zmuszony jest do przeczytania artykułu, by dowiedzieć się, w jaki sposób autor ustosunkował się do postawionej tezy. Przykład: „Nasze umysły są jak...”, „Strzelają do mnie śmiesznymi sloganami, a ja biorę to na klatę...”.

Jeżeli nie wiesz jak zacząć, to najprostszym rozwiązaniem jest wpisanie w wyszukiwarce Google, frazy: „biznes cytaty” lub „pieniądze cytaty”... Przykład... Swego czasu Marylin Monroe stwierdziła: „Pieniądze szczęścia nie dają, dopiero zakupy.”...

Nie ma prostszego rozwiązania, gdy masz dziurę myślową i nie wiesz jak rozpocząć tekst własnymi słowami - rozpocznij go słowami wypowiedzianymi przez inną osobę.

Omówiliśmy co zrobić dla czytelnika, ale jest inna bardzo ważna funkcja pierwszego zdania, którą kierujemy pod adresem Google. W pierwszych akapicie musisz zawrzeć najistotniejszą dla Ciebie frazę, na którą będzie pozycjonowany artykuł. Owszem jeżeli masz rzeszę stałych czytelników Google może nie mieć dla Ciebie tak dużego znaczenia, ale na starcie - niestety musisz wziąć to pod uwagę...



Treść Artykułu

Odwieczne pytanie: ile słów powinien zawierać artykuł? Z wszelkich rozważań na ten temat warto wyciągnąć wnioski, że powyżej 800 słów, to maksimum. Rzućmy okiem na minimum! Poniżej 300 budzi poczucie niskiej wartości w oczach czytelnika, ale również dla Google. A więc przedział od 300 do 500 jest najbardziej optymalny.

A więc startujemy! Klawiatura, monitor i co dalej? Po pierwsze pisz spontanicznie i nie przejmuj się gramatyką, ortografią i stylistyką - na to będzie czas później. Po prostu zacznij! Napisz o tym, co jest ważne dla odbiorcy, czyli postaw problem i zaproponuj rozwiązanie, tak jak podczas rozmowy z przyjacielem.

Czy można zastosować coś takiego? „Ta informacja pomogła wielu osobom i jest ważna również dla Ciebie!”. Z tego zdania wynika, że podzielisz się swoją cenną wiedzą - pomóż innym zaoszczędzić czas i pieniądze, po to by jak najszybciej osiągnęli określony cel.

Czytelnicy chcą dowiedzieć się, jak uniknąć porażki i jak błyskawicznie osiągnąć coś, czego pragną na zasadzie: „Mam problem - powiedz mi, jak go rozwiązać!”. To sprawia, że odbiorca zaczyna analizować, gdy artykuł odpowiada na jego pytanie...

Wróć pamięcią do chwili kiedy miałeś problem i próbowałeś coś z nim zrobić. Sprawdziłeś jedną, drugą, trzecią opcję i udało się. Sukces był nagrodą za pokonanie określonej przeszkody.

W wirtualnym świecie nasączonym jak gąbka marketingiem pisanie o dupie marynie nie ma celu. Codziennie powstaje tysiące blogów, a czytane są wyłącznie te, które prezentują praktyczne rozwiązania...

Dzisiaj informacja jest najcenniejszym dobrem, a czytelnicy chcą wiedzieć, jak coś zrobić. Wiem, że każdy ma to coś, które może pomóc innym - wystarczy przełamać barierę. Większość osób usprawiedliwia się wymyślając fikcyjne wymówki typu: „Nie wiem od czego zacząć i nie wiem, co napisać.”. Zacznij! A będziesz zdumiony potencjałem jaki drzemie w Tobie.



Staraj się, by akapity były krótkie, kilku wersowe i nie upychaj wszystkiego w jednym punkcie. Bądź kreatywny, wstawiaj zabawne zwroty, zdania, ale skupiaj się na oferowaniu porad na temat rozwiązania określonego problemu. Przydługie zlepki myślowe są męczące!

Czytelnik skanując artykuł po prostu pomija nierozdzielony tekst. Korzystaj również z numeracji i punktów. Taki styl pokazuje chronologiczność poszczególnych kroków powodując, że całość odczytywana jest jako wartościowa porada.

Istnieje prosty system do tworzenia artykułów o wysokiej jakości zgodnie z określonym zapotrzebowaniem. Gdy ta formuła stanie się dla Ciebie drugą naturą, Twoje artykuły praktycznie będą pisały się same. Poniżej przedstawiam podstawowy zarys...

Najprostszy sposób na napisanie artykułu, to wypunktowanie chronologicznie czynności, które utworzą następnie akapity. Utwórzmy więc spis treści dla artykułu, np. o tanich zakupach.

- O grupie konsumenckiej dowiedziałem się...
- Przeczytałem dostępne informacje...
- Zarejestrowałem się...
- Poznałem materiały marketingowe...
- Wziąłem udział w webinarze...
- Dokonałem pierwszego zakupu...
- Zamieściłem ogłoszenia i artykuły...
- Buduję zespół współpracowników...
- Zyskuję, ponieważ oszczędzam czas i pieniądze...
- Odbieram premie związane z kolejnymi etapami rozwoju grupy...

Te 10 punktów to 40 wyrazów, 350 znaków. Zakładając, że optimum to 1500 - 2000 znaków jedyne co pozostaje do zrobienia to dopisanie około 1500 znaków - po 3 zdania do każdego punktu... Możesz podzielić te 10 punktów i utworzyć 2 lub nawet 3 artykuły, co będzie korzystniejszym rozwiązaniem dla Ciebie. Pamiętaj! Z całą pewnością taki schemat można dopasować do wszystkich innych tematów, na które będziesz pisał artykuły.



Skąd brać pomysły? Choćby z portali typu ehow.com. Jeżeli nie znasz angielskiego w stopniu umożliwiającym Ci swobodne tłumaczenie możesz skorzystać z TRANSLATORA GOOGLE - translate.google.pl. Nie będzie to mega tłumaczenie, ale oddaje ideę, a przy okazji, gdy dołożysz swoją interpretację nie będziesz miał okazji do zerżnięcia kropka w kropkę tekstu innego autora.

Druga możliwość, to zakup tłumaczenia na allegro - allegro.pl/teksty-tlumaczenia-105428.

Chciałbym w tym miejscu zaprezentować Ci kolejne praktyczne rozwiązanie. Czasami nie mamy ochoty pisać, albo rozprasza nas fakt przeglądania materiałów źródłowych. Co wtedy? Możesz nagrać swoje wypowiedzi na dyktafon - każdy telefon komórkowy posiada tę funkcję. Zgrywasz później pliki, a jeżeli nie masz czasu na przeklinanie ich, zamawiasz transkrypcję, np. na allegro.pl.

Inne rozwiązanie (w celu tworzenia nagrań), to użycie darmowego programu AUDACITY plus mikrofon - tworzysz nagranie, a następnie poddajesz je transkrypcji.

Jeżeli planujesz samodzielną transkrypcję nagrań i filmów, np. z YouTube możesz wykorzystać specjalne programy transkrypcyjne. Oczywiście do jednego artykułu nie ma potrzeby organizowania takich przedsięwzięć, ale jeżeli planujesz porządnie rozkręcić ten biznes - warto to przemyśleć...



Zakończenie Artykułu

Ostatnie linijki artykułu mają na celu wzmocnienie tematu, dlatego nie pozostawiaj czytelnika w próżni i upewnij się, że zakończyłeś ostatecznym stwierdzeniem. Oto przykład...

Te trzy etapy mogą wydawać Ci się proste, ale przestrzegaj ich, wtedy zawsze dojdiesz do celu, a jeżeli chcesz już teraz osiągnąć poziom ekspercki kliknij w ten link...

Magia internetu buzuje nieograniczonymi możliwościami. Każdy sprzedawca może online rozdawać na prawo i lewo gratisy robiąc to bez żadnych kosztów, a Twoje autorskie materiały mogą podróżować w mgnieniu oka...

Na czym więc polega ten magiczny sekret działania online? Jest to metoda uzyskiwania maksymalnych korzyści z Twoich artykułów przy użyciu noty autorskiej w końcowej części artykułu. Zdecyduj, co jest Twoim najlepszym gratisem - może to być wideo, audiobook, minibook lub zahasłowana instrukcja na blogu.

Po pierwsze stwórz notę autorską, dzięki której Twoi czytelnicy dowiedzą się o bezpłatnej ofercie. Link w nocie powinien przekierowywać do strony przechwytyjącej adres email, który docelowo ląduje w autoresponderze. Link ten powinien promować serię wiadomości prezentujących konkretny projekt, usługę, produkt (oferę).

Teraz kilka słów o stopce na portalach z artykułami do przedruku... Większość portali publikujących artykuły do przedruku ma sporo ograniczeń, co do umieszczania linków. Zasada jest prosta! Te strony również zamieszczają swoje reklamy i stąd konkurencja nie jest mile widziana.

Drugi argument, to zasypywanie internetu śmieciowym spamem. Gdyby faktycznie wszyscy zamieszczali po kilka linków w treści, to w krótkim czasie portale tego typu straciłyby czytelników i jednocześnie dochody z własnych reklam.

Jest jeden obszar, co do którego nikt nie ma wątpliwości - to stopka artykułu. To właśnie ona w odpowiednio skonstruowanym artykule jest mostem łączącym czytelnika z Twoim docelowym linkiem. Przykład: „Więcej o najlepszej metodzie zarabiania przeczytasz tutaj...”.



Zakup Artykułu

Treść artykułu powinna przedstawiać wartość dla czytelnika - stąd jeśli decydujesz się na zakup artykułu wybierz ofertę osoby, która proponuje unikalne teksty, a nie precle po 5 zł/sztukę.

Jak już wiesz, by publikować artykuły nie musisz pisać ich samodzielnie. Koszt zakupu waha się (najczęściej) od 10 do 50 zł/artykuł. Tobie pozostaje jedynie zamieścić artykuł...

Dwie uwagi do tego typu rozwiązań!

Wybierasz copywritera, który podpisuje oświadczenie o przekazaniu praw autorskich do tekstu. Po drugie, przesyłasz wykonawcy link docelowy, tak by orientował się jaki jest przedmiot usługi i ewentualnie schemat (mam tu na myśli coś na wzór 10-cio punktowego spisu treści).

Czas najwyższy skierować więc zapytanie ofertowe. Możesz skorzystać z poniższego wzorca...

Witam!

Moje zapytanie dotyczy napisania artykułu, czyli: od 200 do 300 znaków wstępu, od 1400 do 1600 rozwinięcia i od 200 do 300 zakończenia. Łącznie około 2000 znaków.

Ile kosztuje napisanie artykułu dotyczącego <http://...>

Ponadto jeżeli ustalimy szczegóły proszę o przesłanie oświadczenia, że nabywam prawa autorskie do tekstu z chwilą jego wydania, czyli przesłania pocztą elektroniczną.

Do usłyszenia, Imię Nazwisko

Założmy, że wybrałeś wykonawcę, przesłałeś mu link, schemat i otrzymałeś tekst. Skopiuj (na wszelki wypadek) teraz tekst i wklej go na smallseotools.com/plagiarism-checker, a następnie kliknij zielony przycisk poniżej. To pokaże Ci, czy zlecenie zostało faktycznie wykonane z indywidualnym podejściem. Jeżeli nie - napisz do tej osoby o poprawienie tekstu. Wynik poniżej 50% oznacza, że spora część artykułu została skopiowana z innego. Najlepiej gdyby było to oczywiście 100%.



Jest jeszcze jedna bardzo ciekawa możliwość pozyskiwania treści, a mianowicie serwisy typu: giełda tekstów. W tym przypadku odpada Ci proces weryfikacji duplikacji treści...



Ostatnie Szlify

Napisanie jakiegokolwiek tekstu to 4 etapy: pomysł, zebranie materiału, przygotowanie wersji roboczej i naniesienie poprawek. Kiedy Twój artykuł jest gotowy odłóż go na 24h i ponownie wróć do niego dodając przy okazji słowa kluczowe oraz słowa spiętrzające emocje...

Pod żadnym pozorem nie czytaj na siłę od rana do wieczora swojej publikacji - bo ewentualnie znajdę jakiś przecinek źle postawiony!...

Ostatnie elementy obróbki, to korekta i skład. Korekty lepiej sobie nie odpuszczaj i dobrze się do niej przyłóż, ponieważ nikt nie chce czytać tekstu z błędami. Jeśli czytelnik raz odkryje, że całkowicie olałeś ten etap, może już nigdy nie sięgnąć po nic więcej Twojego autorstwa. Z korektą, której zadaniem jest poprawienie błędów (ortograficznych, stylistycznych, składniowych) wiąże się taki termin jak redakcja - proces weryfikacji logicznej, treściowej, językowej, mający na celu nadanie mu ostatecznej formy.



Optimalizacja Artykułu

Optimalizacja artykułu ma na celu dostosowanie struktury tekstu, by został on odczytany przez Google jako wartościowy контент. Jedno jest pewne - nie daje się pozycjonować określonego artykułu na gruszkę i pietruszkę. Jeden artykuł, to jedno słowo kluczowe!

Dopóki tego nie zastosujesz, będziesz miał problemy z pozycjonowaniem. Gdybyś miał wynieść jedno ważne przesłanie z tego poradnika, to pamiętaj, by artykuł był ukierunkowany na jedno słowo kluczowe. Jakie więc warunki musi spełnić Twój artykuł, by Google umieściło go wysoko w wynikach wyszukiwania?

- Słowo kluczowe występuje w adresie url strony.
- Słowo kluczowe występuje w tytule.
- Tytuł zawiera od 40 do 70 znaków.
- Opis (meta opis - 150 znaków) zawiera słowo kluczowe.
- Tekst zawiera więcej niż 300 słów.
- Słowo kluczowe pojawia się w pierwszym akapicie tekstu.
- Słowo kluczowe występuje w śródtytułach.
- Częstotliwość słowa kluczowego wynosi powyżej 1%.
- Foto z atrybutem alt zawiera słowo kluczowe.
- Artykuł posiada linki zewnętrzne (do innych stron).
- Każdy artykuł na blogu dotyczy innego słowa kluczowego.

Łącząc te dwa elementy: pisanie „dla czytelnika” z pisanem „pod Google” masz szansę na umieszczenie Twojej treści wysoko w wynikach wyszukiwania i zdobywanie stałych odbiorców Twojego przekazu.



Gdzie Publikować Artykuły Do Przedruku

Artykuły do przedruku mają to do siebie, że udostępniasz możliwość dalszej ich publikacji innym internautom z zachowaniem linków i treści, zatem świetnie spełniają rolę nośnika oferty. Na ten czynnik ma jednak ostatnio wpływ element jakim jest duplikowanie kontentu...

W praktyce oznacza to, że zainteresowanie wklejaniem takich artykułów jest coraz mniejsze w obawie przed restrykcjami Google. Pomińmy jednak ten fakt, ponieważ dwa pozostałe są równie ważne, czyli zdobywanie linków zwrotnych do naszej domeny obudowanych treścią oraz możliwość zlokalizowania w stopce odnośnika do strony przechwytyjącej adres email.

Pamiętaj, że precel i artykuł do przedruku to dwa różne gatunki, chociaż coraz częściej w unikalnym świecie Google można potocznie określić artykuły do przedruku jako wysoko jakościowe precle. Artykuły tego typu powinny więc być wysokiej wartości, szczególnie dlatego, by czytelnicy klikali w linki zamieszczone w stopce.



Podsumowanie

Na rynku nieruchomości najważniejsza jest lokalizacja... lokalizacja... lokalizacja...
W szlifowaniu umiejętności pisania artykułów najważniejsze jest pisanie... pisanie...
pisanie...

Teraz, gdy poznałeś zasady tworzenia artykułów, pozostaje Ci start! Z pisaniem artykułów jest tak jak z wszystkimi innymi umiejętnościami - im więcej piszesz, tym łatwiej będzie Ci je tworzyć.

Informacje, które zaprezentowałem dla Ciebie zaoszczędzą Ci sporo cennego czasu i pomogą zarabiać więcej pieniędzy, dając przewagę nad konkurencją - już na starcie. Spełnienie tych zasad będzie warunkowało budowanie Twojego autorytetu i ustawi Cię na szybkiej ścieżce do zaplanowanego celu...





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

