

## **Pomysł 01: Bądź kreatywny dzięki organizacji**

Kiedy większość ludzi myśli o kreatywności, myślą o prawomózgowych, daleko idących, innowacyjnych sposobach generowania nowych myśli, które pomogą Ci wydostać się ze strefy komfortu. Wkrótce do nich dojdziemy. W międzyczasie przyjrzyjmy się, jak możesz napędzać kreatywność poprzez to, co inni mogą uważać za bardzo leworęczną czynność: organizację. Odnosimy się do kategorii Twoich blogów i kalendarza redakcyjnego (harmonogramu postów, które chcesz publikować w określone dni). Kiedy poświęcisz czas na zaplanowanie struktury i harmonogramu, wiesz z wyprzedzeniem, o których tematach będziesz pisać. To znacznie odciąża cię i zyskujesz kreatywną swobodę pisania w ramach tych ograniczeń.

### **Kategorie blogów**

Dla Ciebie i Twoich czytelników pomocne jest, jeśli posty na blogu należą do określonych „grup” lub głównych tematów. Kategorie blogów zapewniają ogólną strukturę i zasady przewodnie dla Twojego bloga. Jeśli potrzebujesz pomysłów na posty na blogu, użyj kategorii blogów jako punktu wyjścia. W przypadku każdej kategorii zapytaj „o czym mogę napisać w tym temacie, co byłoby pomocne dla moich czytelników?” Kategorie blogów nie tylko pomagają zidentyfikować konkretne tematy, o których warto pisać, ale także pomagają określić grupę docelową, którą przyciągasz, oraz, w dłuższej perspektywie, ranking tych tematów w wyszukiwarkach. Ale to wykracza poza to, od produktów, które udostępniasz, po gości, których masz na swoim blogu i innych platformach treści. Udoskonaliliśmy je w następujący sposób:

- 1) Odbiorcy i zaangażowanie
- 2) Kursy i edukacja
- 2) Tworzenie oferty
- 4) Biznes na nowo

Na przykład ten tekst dotyczy przyciągania i powiększania grona odbiorców poprzez blogowanie, więc należy do kategorii Odbiorcy i zaangażowanie. Aby zidentyfikować kategorie swojego bloga, rozważ mapowanie swoich tematów na papierze lub skorzystanie z jednej z wielu dostępnych opcji oprogramowania, takich jak XMind lub Mind Meister.

### **Kalendarz redakcyjny**

Po zidentyfikowaniu kategorii blogów możesz zacząć układać kalendarz redakcyjny, z wyprzedzeniem umieszczając określone tematy, aby gdy nadejdzie czas na opublikowanie posta, możesz po prostu spojrzeć na to, co nadchodzi w kalendarzu, i napisać. Oczywiście planowanie treści z wyprzedzeniem jest łatwiejsze w niektórych niszach niż w innych. Załóżmy, że masz blog popkulturowy poświęcony celebrytom. Niemożliwe jest zaplanowanie wpisu na blogu o Kardashiankach za trzy miesiące. Możliwości obejmują małżeństwo, rozwód, nowy program telewizyjny, linię mody, kontrowersyjny tweet lub polaryzującą okładkę magazynu. A może w przyszłym miesiącu nie będą już popularne. Kto wie? Na stole jest prawie wszystko. To samo można powiedzieć, prowadząc bloga finansowego poświęconego giełdzie. Nie da się przewidzieć, co się dzieje i o czym dokładnie będziesz pisać za dwa tygodnie. W tym miejscu kategorie blogów nadal mogą stanowić strukturę kalendarza publikacji. Na przykład możliwe kategorie blogów celebrytów to moda, relacje, nagrody i recenzje filmów / programów telewizyjnych. Posty na blogu giełdowym mogą być klasyfikowane jako wiadomości, porady lub opinie. Nawet jeśli świat celebrytów i giełda szybko się zmieniają, nadal możesz zaplanować swój kalendarz redakcyjny zgodnie z kategoriami swojego bloga. Możesz także pisać zawsze aktualne

treści lub tematy, które nie są wrażliwe czasowo, takie jak „10 zaskakująco przydatnych wskazówek biznesowych od Kardashian” lub „Czy popełniasz te 7 błędów w planowaniu emerytury?” wypełnić luki między treściami dotyczącymi bieżących wydarzeń. Inne nisze oferują większą strukturę. Na przykład, chociaż nie będziesz znać wyników z góry, jeśli piszesz o polityce, wiesz dokładnie, kiedy odbędą się wszystkie wybory. A jeśli piszesz o sporcie, wiesz dokładnie, kiedy rozegrane zostaną poszczególne mecze. Jak wypełnić kalendarz redakcyjny? Oto kroki: Najpierw przyjrzyj się ogólnie całemu rokowi. Oznacz najważniejsze święta, takie jak Święto Dziękczynienia i Boże Narodzenie. Zwróć także uwagę na święta, uroczystości i wydarzenia, które są istotne dla Twojej niszy. Na przykład kalendarz redakcyjny Fiona Food Blogger pokazuje takie uroczystości, jak Dzień Ciasta, Dzień Hamburgera i Dzień Narodowych Mężczyzn Robi Kolację. Te wyjątkowe dni są źródłem fascynujących pomysłów na posty na blogu. Nie wspominając o tym, że posty związane ze świętami i uroczystościami zwykle przyciągają dużo ruchu w wyszukiwarkach. Wejdź na [Daysoftheyear.com](http://Daysoftheyear.com), aby znaleźć nawet najbardziej niejasne dni i uroczystości narodowe. Następnie zaznacz dni, które są dla Ciebie ważne, np. Kiedy będziesz na wakacjach - i prawdopodobnie nie będziesz blogować - i kiedy planujesz wprowadzić nowy produkt, książkę lub ofertę specjalną. Jeśli wiesz, że zamierzasz wypuścić nowy produkt, powiedzmy, w połowie października, możesz zaplanować odpowiednie posty przed dniem premiery. Możesz także wybrać motyw na każdy miesiąc. Oto możliwe miesięczne motywy bloga Tommy Tech Blogger:

Styczeń - Nowy Rok, Targi Elektroniki Użytkowej

Luty - Super Bowl TV, Virtual Reality

Marzec - konferencja SXSW

Kwiecień - wiosenna zapowiedź elektroniki

Maj - Letnia obserwacja kamer

Czerwiec - tatusiowie i absolwenci

Lipiec - Konferencja przełomowa w biznesie

Sierpień - Komputery i gadzety na powrót do szkoły

Wrzesień - zapowiedź Apple iPhone

Październik - Najlepsze tablety i czytniki eBooków

Listopad - świąteczna zapowiedź elektroniki

Grudzień - Gadzety roku

Zauważ, że święta i specjalne wydarzenia wpływają na miesięczne motywy na blogu Tommy&ego? Teraz przejdź do szczegółów i szkicuj rzeczy na poziomie tygodnia. Ponieważ Tommy Tech Blogger wie, że targi Consumer Electronics Show odbywają się w trzecim tygodniu stycznia, może zaplanować swoje treści w ten sposób:

Styczeń, tydzień 1

Przegląd roku / Najlepsze z poprzedniego roku

Teasery pokazów elektroniki użytkowej

Styczeń, tydzień 2

Retrospekcja z poprzedniego roku

Odważne prognozy

Consumer Electronics Show Preview

Styczeń, tydzień 3

„Na żywo” z serialu

Wywiady wideo

Najnowsze wiadomości i trendy

Styczeń, tydzień 4

Najważniejsze informacje o elektronice użytkowej

Trafienia i chybienia; zwycięzcy i przegrani

### **Co to oznacza iść naprzód**

Powiedzmy, że Fiona Food Blogger publikuje codziennie nowy post. Może mieć motyw na każdy dzień tygodnia, na przykład:

Poniedziałek: poniedziałki bezmięsne, temat wegetariański / wegański

Wtorek: Nowe produkty kuchenne, książki kucharskie

Środa: Środa bez słów (pojedyncze zdjęcie lub fotoreportaż)

Czwartek: nowy przepis

Piątek: Fan Friday (odpowiedz na pytanie czytelnika)

Sobota: długie historie, instrukcje krok po kroku

Niedziela: napoje, wina

Gdyby Fiona planowała swoje posty na tydzień czwartego lipca, mogłoby to wyglądać tak:

Poniedziałek: Bezmięsne pomysły na grilla z czwartego lipca

Wtorek: przegląd książki kucharskiej

Środa: Fotoreportaż tradycyjnych potraw Czwartego Lipca na przestrzeni lat

Czwartek: przepis: ciasto z fajerwerkami

Piątek: Fan Friday: „Jakie są najlepsze dania na piknik, które nie psują się nawet kiedy jest gorąco?”

Sobota: Jak udekorować tort gwieździsty

Niedziela: 7 najlepszych napojów czwartego lipca

Czy widzisz, jak to działa? Celowo ustawiając parametry swojego bloga z wyprzedzeniem, faktycznie wspomagasz swoją kreatywność, a nie ją ograniczasz. Struktura pomaga uwolnić kreatywność.

### **Przepis na sukces**

\* Wybierz 3-8 kategorii lub głównych tematów swojego bloga.

\* Utwórz kalendarz redakcyjny i wypełniaj ważne święta, dni specjalne i wydarzenia specyficzne dla Twojej niszy, ważne dni osobiste, promocje i tematy miesięczne.

\* Zaplanuj określone tematy postów w swoim kalendarzu redakcyjnym.

## **Pomysł 02: Uwolnij swój umysł**

Kiedy stajesz przed blokadą twórczą, próbujesz zmusić swój umysł do współpracy. Dlatego niektórzy nazywają to „niszczeniem mózgu”. Ale rozwiązaniem nie jest zmuszanie mózgu do cięższej pracy; jest odwrotnie: uwolnij swój mózg do robienia tego, co chce. Doskonałym sposobem na to jest spacer. Prawdopodobnie słyszałeś już setki razy tę radę: zrób sobie przerwę, wstań od biurka, idź na spacer i zaczerpnąć świeżego powietrza. Za korzyściami płynącymi z chodzenia dla pisarzy kryje się wiele nauki i historii. Znani spacerowicze to Henry David Thoreau, Charles Dickens, CS Lewis i Nassim Taleb. William Wordsworth mógł w swoim życiu przejść aż 180 000 mil, zgodnie z artykułem w *The New Yorker* zatytułowanym „Dlaczego spacer pomaga nam myśleć”. Ten sam artykuł mówi, że kiedy chodzimy, w naszych mózgach krąży więcej krwi i tlenu i powstają nowe połączenia między komórkami mózgowymi. Więcej połączeń oznacza lepszą pamięć i lepsze przetwarzanie myśli. Może to wyjaśniać, dlaczego badania wykazały, że chodzenie pomaga poprawić kreatywność. W jednym z badań w Stanford uczniowie siedzieli przy biurku, chodzili na bieżni lub spacerowali po kampusie. W jednym teście uczniowie wpadli na 4-6 razy więcej kreatywnych pomysłów podczas chodzenia - nawet na bieżni. W innym teście 95% chodzących uczniów wymyśliło kreatywną metaforę, w porównaniu do tylko 50% tych, którzy siedzieli. W jaki sposób dwaj badacze ze Stanford wpadli na pomysł przeprowadzenia tego badania? Oczywiście na spacerze. A spacer po ogrodzie może być lepszy dla twojej pamięci niż chodzenie po ruchliwych ulicach. Badanie przeprowadzone na Uniwersytecie Południowej Karoliny wykazało, że „studenci przechadzający się po arboretum poprawili swoje wyniki na teście pamięci bardziej niż studenci, którzy spacerowali ulicami miasta”. Najwyraźniej ruchliwe miasto, z tłumami, samochodami i mnóstwem rozrywek, przyciągnie Twoją uwagę bardziej niż zwykły spacer po ogrodzie. Poszukaj więc spokojnego miejsca na spacer, w którym będziesz blisko natury. Innym ważnym czynnikiem jest sposób chodzenia. W artykule *BBC News Magazine* „Powolna śmierć bezcelowego chodzenia” mówi o potrzebie - i powolnej śmierci - tego, co nazywa się bezcelowym chodzeniem. To nie jest codzienny dojazd do metra lub podróż z punktu A w domu do punktu B w sklepie na rogu po galon mleka. Jest to raczej bezcelowy spacer bez celu. Niektórzy mogą nazwać to wędrówką. Oznacza to, że nie słuchasz muzyki, nie słuchasz ulubionego podcastu ani nie masz ustalonej trasy podczas spaceru. Szkoda dla Tommy Tech Bloggera, ale nie powinien chodzić ze spuszczoną głową, schowanym w smartfonie, wpatrywać się w Mapy Google, czytać e-maili ani pisać SMS-ów. Aby uzyskać maksymalne korzyści, nie powinieneś nawet chodzić z przyjacielem. Wydaje się sprzeczne z intuicją, że najlepszym sposobem na pokonanie blokady pisarza jest zaprzestanie prób pisania, wyłączenie komputera i wyjście na spacer. Możesz mieć wrażenie, że się zwalniasz. Ale to działa. Kiedy wrócisz do komputera, twój umysł będzie świeży, będziesz w pozytywnym nastroju, a słowa znów będą płynąć swobodnie. Ale może rozwiązaniem dla Ciebie nie jest spacer. Wszyscy mamy różne wyzwalacze naszych wysokowydajnych stanów psychicznych. To tylko kwestia znalezienia odpowiednich wyzwalaczy. Na przykład Jimowi udało się mieć passę polegającą na tym, że przez pięć lat co niedzielę wieczorem pisał post na blogu - w sumie ponad 250 postów. W niektórych tygodniach miał z góry zaplanowany pomysł, w inne przeprowadzał wywiad z gościem, a czasem inspiracja przychodziła mu łatwo. Czy wiele razy krążyła niedzielna noc i nie miał pojęcia na temat? No pewnie. Dla Jima rozwiązanie było proste. Jest świetnym biegaczem i zazwyczaj w każdą niedzielę chodziłeś na długie biegi. Zasznurował buty, opuścił mieszkanie w Nowym Jorku i ostrożnie przemierzał ruchliwe skrzyżowania, tłumy ludzi i ciągły strumień szalonych taksówek. Dziesięć minut później będzie pływał wzdłuż ścieżki East River z innymi biegaczami. Gdy woda płynęła obok niego, tak samo jak pomysły. Im

dłużej biegł, tym więcej miał inspiracji. I ani razu - ani razu - nie wrócił z biegu bez pomysłu na wpis na blogu z tego tygodnia. Jeśli szukasz inspiracji, wyjdź z głowy i wybierz się na spacer. Albo bieg. Cokolwiek działa najlepiej dla Ciebie.

### **Przepis na sukces**

\*Zrób sobie przerwę.

\*Odłącz od muzyki, podcastów, tekstów i innych wejść.

\*Wybierz się na spokojny spacer lub bieganie, najlepiej blisko natury.

### **Pomysł na wpis na blogu 3: Zmień scenerię**

Dla wielu pisarzy kluczem do kreatywności i płodnego pisania jest ustalona rutyna. Stephen King mówi o rozpoczynaniu każdego dnia od tej samej rutyny, rozpoczynaniu o tej samej porze, siedząc na tym samym miejscu, z jego papierami ułożonymi w ten sam sposób i bezbłędnie pisząc 10 stron. Powiedział: „To nie różni się niczym od rutyny przed snem &hellip; Czy każdego wieczoru chodzisz spać inaczej?” Możesz przeczytać więcej o dziwnych zwyczajach i ciekawych zwyczajach znanych pisarzy na stronie Brain Pickings, jeśli szukasz rutyny, którą możesz spróbować. Ale jeśli Twoja rutyna nie działa, musisz coś zmienić. Tak więc, podczas gdy poprzednia sekcja mówiła o wyjściu i chodzeniu lub bieganiu, aby pobudzić nowe pomysły, innym sposobem na poruszenie garnka jest zmiana miejsca, w którym piszesz. W dzisiejszych czasach jest to o wiele łatwiejsze. Chociaż, kiedy Stephen King zaczynał pisać, noszenie ogromnej maszyny do pisania, papieru i rękopisów z miejsca na miejsce mogło być nie lada udręką, dziś mamy laptopy lekkie jak piórko i mnóstwo Wi-Fi. Daje to dużo większą mobilność, aby znaleźć nowe miejsca inspiracji i produktywności. Możesz zacząć od optymalizacji swojej obecnej przestrzeni do pisania. W wywiadzie z Danym Ron Friedman, autor The Best Place to Work, powiedział, że produktywność wzrasta, gdy nasze miejsca pracy mają naturalne światło i rośliny domowe. Są to kwestie, które należy wziąć pod uwagę, gdy szukasz nowego miejsca do pracy. Dla Lexi przeniesienie się do nowego miejsca do pisania oznacza po prostu przejście z biura do jadalni. Albo z wnętrza domu na werandę lub ogród. Czasami to wystarczy, by zrestartować mózg. Z drugiej strony, pisząc kurs Udemy, Jim połączył nowe miejsce i nową rutynę, aby zoptymalizować swoje pisanie i kreatywność. Wyszedł z mieszkania i udał się do lokalnej kawiarni, gdzie jego kelnerka, Maggie, znała preferowane miejsce i ulubiony napój (duża latte) i pisał wolny od zakłóceń związanych z pocztą elektroniczną. Jeśli kawiarnia nadal zbytnio Cię rozprasza, sprawdź mnóstwo nowych przestrzeni coworkingowych, które otwierają się w miastach na całym świecie. Podczas gdy twój Starbucks może nie być idealne pod względem spójności Wi-Fi i niebezpieczeństwa pozostawienia laptopa bez opieki, gdy biegniesz do łazienki, firmy takie jak WeWork zapewniają biuro z dala od domu dla freelancerów, którzy pragną takiej struktury. A jeśli chcesz nie tylko wyjść z domu, ale także wyjść na zewnątrz, zabierz laptopa do parku lub restauracji z ogrodem, patio lub tarasem na dachu. Fiona Food Blogger zazwyczaj pisze, odpowiednio, w swojej jadalni. Ale dla pobudzającej kreatywność zmiany scenerii mogłaby spróbować pisać w kawiarni na świeżym powietrzu.

Wreszcie ostatecznym celem jest ucieczka pisarza. Niektórzy mają szczęście mieć drugi dom przy plaży lub chatkę w górach, do której mogą uciec. Czy nie możesz sobie po prostu wyobrazić siebie, jak walisz słupek za słupkiem, siedząc przed oknem, gdy fale wtaczają się do środka, lub gdy zwijasz się przy ogniu w rustykalnej chatce z bali? Jednak dla większości z nas, zanim staniemy się bogaci i sławni w internecie, musisz być kreatywny. Przy niewielkim budżecie jeden weekend poza domem na ukrytym Airbnb może nadać ton produktywnej sesji pisania, która pozwoli na opublikowanie miesięcznych postów na blogu. Jeśli więc szukasz kreatywnych pomysłów, spróbuj spojrzeć poza dom lub biuro. Chociaż fani Stephena Kinga mogą ostrzegać, że nie wyszło to tak dobrze w przypadku postaci

fikcyjnych, takich jak Jack Nicholson w Lśnieniu czy James Caan w Niedola w prawdziwym świecie jest zwykle dość skuteczna.

### **Przepis na sukces**

\*Optymalizuj miejsce pracy pod kątem produktywności.

\*Napisz w innym miejscu, takim jak kawiarnia, restauracja, przestrzeń coworkingowa, domek letniskowy lub Airbnb.

\*Zmień rutynę, aż odzyskasz rytm pisania.

### **Pomysł 4 na wpis na blogu: Opuść kraj**

Kreatywność polega na wydostaniu się ze swojej strefy komfortu, a nie ma na to lepszego sposobu niż opuszczenie swojego kraju. Oczywiście łatwiej to powiedzieć niż zrobić i może być niemożliwe dla osób z małymi dziećmi lub z ograniczonymi zasobami, więc za chwilę damy Ci alternatywę. Ale jeśli jesteś w stanie to zrobić, wskoczenie samolotem do egzotycznego miejsca otwiera wiele kreatywnych ścieżek. W rzeczywistości pozwól nam pokazać, jak Jim był w stanie podejść do podróży międzynarodowych w trzech różnych fazach i wynikające z nich historie, które otrzymał na swoim blogu.

#### **Faza 1: „Pracujące” wakacje**

Kiedy Jim pracował na pełny etat w WIRED.com jako dyrektor ds. marketingu, prowadził również swojego bloga i podcast. Mając około roku planowania, odkładania pieniędzy i oszczędzania wakacji, poleciał z dwoma przyjaciółmi do Tokio na dwa tygodnie. Jim wierzy, że jeśli pochodzisz z Ameryki Północnej, szukasz globalnej lokalizacji, w której znajdziesz inspiracje i szalone pomysły kulturowe, Tokio to miejsce, do którego należy się udać. Chociaż łatwo byłoby pisać o zwykłych rzeczach&hellip; pyszne sushi na targu rybnym Tsukiji, szalone metro, wspaniałe kapliczki i świątynie Kioto lub tętniące życiem chodniki Shibuya&hellip; dwa niezwykle tematy porwały wyobraźnię Jima. Pierwszą był niesamowicie wysoki poziom obsługi klienta, inny niż wszystko, czego doświadczył w Stanach Zjednoczonych. To wywołało post zatytułowany „Serwis Ritz-Carlton za cenę czerwonego dachu - dlaczego Japonia jest królem obsługi klienta”. Nie tylko stał się on popularnym postem na blogu Jima, ale także w witrynie WIRED.com zamieszczono fragment i link do jego bloga. Drugim tematem, który zafascynował Jima, były, wierz lub nie, toalety. Jeśli kiedykolwiek byłeś w Japonii lub znasz wszystkie gadżety i przyciski w ich toaletach, wiesz, o czym mówi. Podczas eksploracji miasta przez Jima i jego przyjaciół w jakiś sposób trafili do salonu Toto Toilet, który może opisać jedynie jako połączenie IKEA, Home Depot i Apple Store. Po raz kolejny stworzył nowy, kreatywny temat na swoim blogu, którym on trafił do WIRED.com i jest tuż obok Tommy Tech Bloggera: „Wired-O-Nomics: Czego japońskie toalety nauczyły mnie o amerykańskim przemyśle samochodowym”. Jim nie mógłby doświadczyć nowego poziomu obsługi klienta bez tej międzynarodowej podróży i nigdy nie byłby w stanie napisać historii o zwariowanych robotach toaletowych, gdyby siedział przy biurku w domu.

#### **Faza 2 : Cyfrowy nomad**

Innym sposobem na blogowanie podczas podróży jest bycie cyfrowym nomadem. Kiedy Jim założył własną firmę, mógł pracować z dowolnego miejsca. Po przeczytaniu o Buenos Aires w książce The 4-Hour Work Week wydawało się, że jest to równie dobre miejsce na spędzenie kilku tygodni na pisaniu i pracy. Tam Jim wypuścił partię postów na blogu i wylał je z czasem, kiedy wrócił do domu. Oto kilka pomysłów, jak to zrobił, aby służyć jako inspiracja dla Ciebie. Najpierw napisał nadrzędny post zatytułowany odpowiednio „Jak pracować zdalnie z Buenos Aires”. Następnie wziął pytania, które miał przed wyjazdem, i odpowiedział na te pytania poprzez posty na blogu, opierając się na swoim

doświadczeniu w trasie i wynikach jego decyzji. Oto siedem pytań, od których zaczął, i posty, które z nich wynikały:

- 1) Gdzie będę mieszkać? - „Recenzja: Najlepszy hotel w Buenos Aires”
- 2) Jak mam tam pracować? - „Recenzja: Urban Station Coworking
- 3) Co mam spakować? - „Lista pakowania gadżetów do podróży międzynarodowych”
- 4) Jak mój nowy laptop będzie zachowywał się w podróży? - „Recenzja: W drodze z Macbookiem Air”
- 5) Jak będę zarabiać pieniądze, gdy tam jestem? - „Jak wygenerowałem 9 strumieni dochodu w ciągu 30 dni od zwolnienia”
- 6) Jak sobie radzić z opłatami za roaming międzynarodowy? - „Jak ustawić iPhone'a do podróży międzynarodowych”
- 7) Co mogę zrobić dla przyjemności, gdy nie pracuję? - „Zabawne rzeczy do zrobienia Buenos Aires podczas pracy zdalnej”

Z pewnością są to te same rodzaje pytań, które mają inni podróżnicy. Jim po prostu udzielił im odpowiedzi w pouczający i zabawny sposób poprzez swoje posty na blogu.

### **Faza 3: Blogger podróżniczy**

Trzecia faza to blogger podróżniczy. Dwa lata po podróży do Argentyny Jim miał ochotę na kolejną międzynarodową przygodę, kiedy przyjaciele zaprosili go na swój ślub do Singapuru. Brzmiało to jak świetny pretekst do odkrywania Azji Południowo-Wschodniej. Ale latanie po drugiej stronie świata nie jest tanie, więc szukał sposobów na zaoszczędzenie kosztów. Jim nawiązał kontakt z pisarzem podróżniczym, Chrisem Alfordem, na konferencji, który prowadził witrynę Love, Play, Work ze swoją żoną Hannah, a oni udzielili mu wskazówek, jak wybierać hotele. Doszedłszy do wniosku, że nie ma nic do stracenia, skontaktował się z hotelami w Bangkoku, Chiang Mai i Krabi w Tajlandii i poprosił ich o sponsorowanie jego bloga przez miesiąc. W zamian zaproponował napisanie kilku postów, wspomnienie o hotelach w swoim podcaście, zrobienie wielu zdjęć i filmów oraz rozpowszechnianie informacji w mediach społecznościowych. Krótko mówiąc, jeden hotel dał mu darmową noc, inny cztery darmowe noce, a trzeci dał mu dwie darmowe noce i dwie noce z 50% rabatem!

W Tajlandii Jim zastosował tę samą formułę, której użył w Buenos Aires, tworząc nowe posty: post o tym, jak pracować zdalnie z Tajlandii, trzy różne recenzje hoteli (z dużą ilością zdjęć i zabawnych filmów w trzech różnych miastach) i jeszcze jeden post o ciekawych rzeczach do zrobienia w Tajlandii. Jim nie był nawet blogerem podróżniczym. Właśnie napisał kilka postów podczas wakacji, a świeży kulturowy punkt widzenia ożywił jego blog. Wyobraź sobie wszystkie ekscytujące posty, które wymyśliłaby Fiona Food Blogger, gdyby udała się na wycieczkę kulinarną do Azji, Europy lub Afryki (zakładając, że nie pochodzi z żadnego z tych kontynentów). Po wakacjach Tommy Tech Blogger mógł napisać o przydatnych gadżetach dla turystów, najlepszym oprogramowaniu do organizowania zdjęć z podróży i zestawieniu najlepszych kijów do selfie. Może to zaskoczyć, ale podróżowanie może sprzyjać pisaniu. Podróżowanie zarówno odciąga cię od zwykłych rozrywek, jak i zapewnia zmianę scenerii. Na przykład Danny korzysta z podróży służbowych, aby dużo pisać, korzystając ze swojego laptopa, słuchawek z redukcją szumów, 17-calowego zewnętrznego monitora USB i przenośnej myszy. W rzeczywistości napisał swoją książkę *The Audience Revolution* w pokoju hotelowym. W przeciwieństwie do Dannyego Lexi podczas podróży potrzebuje jedynie iPada z klawiaturą. Dla niej samo przejście z jednego miejsca w drugie to okazja do pisania. Pisała posty na blogach o samochodach, samolotach i lotniskach. Jej motto: „Kiedy wszystko, co możesz zrobić, to siedzieć, równie dobrze możesz pisać”.

## Znalezienie kultury w domu

Nie sugerujemy rezerwacji podróży zagranicznej za każdym razem, gdy masz blokadę twórczą. Ale nawet jeśli nie masz czasu lub zasobów, aby latać po drugiej stronie świata, nadal możesz wykorzystać nowe doświadczenia kulturowe, aby rozbudzić swoją kreatywność. Dlaczego nie zacząć od autentycznej restauracji? Udaj się w miejsce, którego nie znasz, i zwróć szczególną uwagę na to doświadczenie. Może to być japoński bar sushi, argentyński steakhouse lub nowo otwarta tajska restauracja. Najprawdopodobniej jedzenie, wystrój i muzyka będą dla Ciebie kulturową przygodą. Tym lepiej, jeśli możesz porozmawiać z szefem kuchni lub doświadczonym kelnerem aby poznać historię jedzenia, które jesz. Inne sposoby na poznanie nowych kultur obejmują wizytę w muzeum, obejrzenie zagranicznego spektaklu lub zapisanie się na zajęcia i naukę nowego języka. Fiona Food Blogger musi tylko zejść z kuchni międzynarodowej przy przejściu jej sklepu spożywczego, aby znaleźć inspirację do nowych postów. Och, te możliwości! Całe to egzotyczne doświadczenie jest pożywką dla analogii i spostrzeżeń, które mogą pobudzić twoją kreatywność. Niezależnie od tego, czy znajdziesz kulturę na całym świecie, czy w okolicy, pomyśl globalnie o swoim następnym pomysle.

### Przepis na sukces

- \* Poznaj nowe kultury, podróżując do innych krajów.
- \* Skorzystaj z samotności i nowej scenarii, aby dużo pisać.
- \* Odkrywaj nowe kultury w restauracjach, muzeach, sklepach - gdziekolwiek jesteś może mieć doświadczenie kulturowe - nawet na własnym podwórku.

### Pomysł na wpis na blogu 5: Zapytaj publiczność

Twoim zadaniem jako blogera jest dawanie swoim czytelnikom wartości poprzez publikowanie treści, o które proszą. Czasami możesz pomyśleć, że wiesz, czego chcą Twoi odbiorcy, ale Twoje posty nie trafiają w sedno i są chłodno odbierane. Czasami pisarze są ślepi na swoich czytelników, myśląc: „Mam zamiar po prostu napisać to, co do mnie pasuje, a moi czytelnicy mogą to przyjąć lub zostawić”. Jest to nie tylko niesamowicie samolubne; gwarantuje też, że będziesz mieć mniej czytelników. Jeśli szukasz nowych pomysłów na posty na blogu, które doprowadzą do dużego ruchu i większego zaangażowania odbiorców, dlaczego nie wypróbujesz tego radykalnego pomysłu:

### POPROŚ ICH

Oto pięć sposobów, w jakie możesz to zrobić:

1) Poproś o pomysły w poście na blogu lub e-mailu.

Opublikuj post lub wyślij e-mail do subskrybentów i zapytaj „o czym mam pisać?” To, jak ją oprawisz, będzie zależało od Twojego stylu, relacji z publicznością i poziomu przejrzystości. Jeśli czujesz się swobodnie, będąc brutalnie szczerym i przejrzystym, powiedz: „Hej wszystkim, brakuje mi pomysłów na posty na blogu i potrzebuję pomocy. Co mam napisać o tym tygodniu?” Możesz jednak wyglądać kulawo. W końcu powinieneś być przywódcą myśli, a Twoi czytelnicy patrzą na Ciebie. Przyznanie się, że nie masz pomysłów, może spowodować, że powie: „Rany, myślałem, że ta osoba wie, o czym mówią”. Z tego powodu nie widzimy głośnego blogera, takiego jak Seth Godin, robiącego coś takiego. Bardziej subtelnym sposobem ujęcia tego byłoby dodanie wyjaśnień, nadanie kontekstu tematów, sprawienie, by czytelnik poczuł się bardziej zaangażowany i omówienie tego w warunkach kalendarza redakcyjnego. To pokazuje, że wykonałeś pracę i potwierdzasz swoje wstępne pomysły. Na przykład Fiona Food Blogger mogłaby napisać coś takiego:



Hej czytelnicy! Byłbym bardzo zadowolony z twojego wkładu.

Planuję kilka świetnych nowych treści na koniec roku i chcę opublikować tylko to, co jest dla Ciebie najbardziej pomocne. Więc powiedz mi: o którym z tych tematów chciałbyś przeczytać przed świętami?

\*Artykuły instruktażowe dotyczące przygotowywania głównych świątecznych posiłków, takich jak indyk na Święto Dziękczynienia lub szynka bożonarodzeniowa?

\*Kreatywne pomysły na przystawki?

\*Szybkie posiłki, które pozwolą Ci przetrwać pracowite wakacje?

\*Zdrowe menu, aby uniknąć przyrostu masy ciała podczas wakacji?

\*Pomysły na prezent dla szefa kuchni w Twoim życiu?

Jeśli jest jakiś konkretny temat, którego nie omówiłem, a który chciałbyś, żebym się zagłębił, lub nowy pomysł, który chciałbyś, żebym zbadał, też mi o tym powiedz!

Idealnie byłoby, gdybyś otrzymał mieszankę odpowiedzi, dającą zarówno wgląd w odbiorców, jak i nową inspirację. Jeśli większość ludzi twierdzi, że chce potraw typu fastprep, oznacza to, że Twoi czytelnicy to ludzie zajęci, którzy mają ochotę na prostsze przepisy, ponieważ nie mają czasu na gotowanie skomplikowanych posiłków. Zadając na koniec otwarte pytanie, nieoczekiwanie może pojawić się zabawny, dziwaczny pomysł. Fiona Food Blogger może odkryć, że jej czytelnicy chcą dowiedzieć się więcej o spiralizatorach - temat, o którym nigdy by nie pomyślała. Po sprawdzeniu na Amazon odkrywa urządzenie spiralizujące z ponad 5000 recenzjami, 200 pytaniami i pobudzającymi apetyt zdjęciami warzyw, makaronu i krążków cebuli. To prowadzi ją do odkrycia akcesoriów do spirali, książek kucharskich do spirali i alternatyw spiralizatorów. Widząc, jak 5000 ludzi poświęcało czas na wystawianie recenzji i publikowanie zdjęć tylko jednego spiralizatora, zdaje sobie sprawę, jak jeden temat może wymknąć się spod kontroli i dać mnóstwo pomysłów.

2) Zapytaj o pomysły w mediach społecznościowych.

Nie masz jeszcze wielu czytelników lub subskrybentów? A może nie chcesz publikować całego posta na blogu lub e-maila? Pisz krótko i słodko, zadając 140-znakowe pytanie na Twitterze lub jedno lub dwa zdania na Facebooku: Cześć! W ten weekend siedzę, aby przemyśleć nowe tematy na blogu. Jak mogę ci pomóc? O czym chcesz się dowiedzieć więcej?

3) Poproś o pomysły poprzez ankietę.

Jeśli masz wielu obserwujących, którzy uwielbiają udzielać informacji zwrotnych, skuteczniejszym sposobem zbierania opinii jest ankieta. Skanowanie komentarzy do postów na blogu lub odpowiedzi na Twitterze może być czasochłonne i kłopotliwe, więc inną opcją jest wykonanie prostej ankiety z jednym pytaniem za pomocą bezpłatnego narzędzia, takiego jak Survey Monkey lub Google Forms.

4) Poproś o informacje dotyczące problemu.

Niech twoi czytelnicy i kontakty pomogą ci rozwiązać dylemat. Na przykład Tommy Tech Blogger lubi pracować w kawiarni, ale on martwi się pozostawieniem laptopa bez opieki, gdy idzie do łazienki. Używał blokady do notebooka, ale zastanawia się, czy istnieje jeszcze lepsze rozwiązanie. Aby się tego dowiedzieć, publikuje post, w którym pyta czytelników, czego używali i jak im to wychodzi. Kiedy Marcus Sheridan opublikował post z prośbą do czytelników swojego bloga The Sales Lion o pomoc w stworzeniu sloganu dla jego witryny, post otrzymał 143 komentarze. Ten pomysł daje ci temat na twój post i świetnie angażuje również twoich czytelników.

5) Poproś o wkład, gdy tylko ktoś dołączy do twojego plemienia. Świetnym sposobem na utrzymanie ciągłego przepływu pomysłów jest zadawanie pytań odbiorcom, gdy tylko zarejestrują się na liście e-mailowej. Skonfiguruj swój autoresponder, aby wysyłał powitalną wiadomość e-mail do każdego nowego subskrybenta. Na zakończenie powitalnego e-maila powiedz na przykład „Odpowiedz i powiedz mi, z czym się zmagasz” lub „Odpowiedz na tego e-maila i podaj mi temat, o którym chcesz dowiedzieć się więcej”. Jeśli jesteś jednym z subskrybentów Mirasee, wiesz, że powitalna wiadomość e-mail od Danny'ego kończy się następująco: „kliknij odpowiedź, przedstaw się i powiedz nam, jak się czujesz mając nadzieję, że będziemy w stanie Ci pomóc? :-)”Wiele odpowiedzi będzie takich samych - i to dobrze - ponieważ pokazuje trendy dotyczące tego, czego chcą Twoi odbiorcy. Ale tu i tam otrzymasz też losową odpowiedź, która może być świetnymi postami na blogu. Najłatwiejszym sposobem dowiedzenia się, czego chcą Twoi czytelnicy, jest zapytanie ich. Więc po prostu zapytaj, a otrzymasz.

### **Przepis na sukces**

\*Zdecyduj, gdzie chcesz poprosić odbiorców o pomysły: Twój blog, e-mail lub media społecznościowe.

\*Sformułuj swoje pytanie w sposób, który pokazuje, że pragniesz służyć swojej publiczności.

\*Pytaj, monitoruj odpowiedzi i zbieraj pomysły na posty na blogu.

### **Pomysł 06: Wykorzystaj swoich znajomych**

Jeśli brakuje Ci pomysłów, świetnym sposobem na rozbudzenie nowych tematów na blogu jest skontaktowanie się z przyjaciółmi i rodziną. Czasami wystarczy porozmawiać z dobrym przyjacielem, aby uzyskać nową perspektywę. Faktycznie może być zaletą, jeśli wspomniany przyjaciel NIE jest zaangażowany lub nawet nie zna Twojej niszy. Jeśli więc prowadzisz bloga dla rodziców i czujesz, że omówiłeś wszystkie dostępne porady dla rodziców, porozmawiaj z przyjacielem, który nie ma dzieci. Mogą przywołać interesującą perspektywę zewnętrzną jako osoba niebędąca rodzicem, przypomnieć Ci, że większość ludzi chce usłyszeć o podstawach, które Twoim zdaniem zostały już zrobione na śmierć, a może przechodzą przez zupełnie inny rodzaj wyzwania może odnosić się z powrotem do Twojego bloga. Tommy Tech Blogger mógłby na przykład porozmawiać ze swoim przyjacielem, pisarzem w średnim wieku, który szczęśliwie żyje bez smartfona i laptopa. Możesz także przeszukiwać swoich „internetowych przyjaciół” w poszukiwaniu pomysłów. Odnosimy się do osób luźno powiązanych z Tobą na Twitterze, Facebooku lub innych portalach społecznościowych. Ponieważ nie znają Cię osobiście, często wprowadzają inną dynamikę ponieważ znają Cię tylko z Twojej osobowości online. Trzecią grupą, do której można się dostać, są inni blogerzy lub współpracownicy. Jeśli pracujesz w firmie i masz na boku bloga, rozejrzyj się po biurze i posłuchaj rozmowy o chłodnicy wody. Czy ludzie mówią o najnowszych spoilery Game of Thrones? Wirusowy film, którego jakoś jeszcze nie widziałeś? A może unikalne spojrzenie na stare stereotypy - pogoda, ruch uliczny, sport i relacje? Czwartym źródłem inspiracji są inni podobnie myślący przedsiębiorcy. Być może jesteś w grupie mentorów, organizacji zawodowej lub lokalnym spotkaniu osobistym. Prawdopodobnie jesteś już członkiem grupy na Facebooku lub LinkedIn i zajmujesz się tematem związanym z Twoim blogiem (a jeśli nie, to dlaczego?). Może nawet za to zapłacisz. Wejź tam, zadaj pytanie i zamień odpowiedzi na pomysły na posty na blogu. Na koniec zwróć się do członków rodziny. W końcu prawdopodobnie znają Cię najlepiej. Przygotuj się tylko na to, że mama powie Ci, że będziesz pisać o tym, jak spadłeś z huśtawki i złamałeś kostkę na placu zabaw, gdy miałeś sześć lat. Ale, hej, będzie zadowolona, że zadzwoniłeś. A może twój młodszy brat przypomni sobie, kiedy dałeś mu straszną radę. Jeszcze raz. Ale połącz te dwa i oto Twój post: „Czego złamana kostka nauczyła mnie, jak udzielać rad członkom rodziny”. Wreszcie, dlaczego nie skontaktować się ze starszą cicią lub dziadkiem? Mając dużo więcej doświadczenia życiowego, mogą być zaskakującym źródłem historii. Tommy Tech Blogger mógłby zapytać dziadka, jak zabiegał o

babcię, zanim pojawiły się SMS-y i Snapchat. Blogerka kulinarna Fiona mogła zapytać swoją nonnę, jak upiekła wilgotne, puszyste ciasta, kiedy jeszcze nie wynaleziono mikserów elektrycznych. Czy nie jest miło wiedzieć, że osoby, które są Ci najbliższe i najdroższe, mogą być zaangażowane w Twój blog? To jeden z nielicznych przypadków, kiedy możesz skorzystać z pomocy znajomych.

### **Przepis na sukces**

- \* Zapytaj znajomych, rodzinę i osoby z mediów społecznościowych o pomysły na Twój temat.
- \* Posłuchaj rozmów, zarówno w życiu codziennym, jak i online, aby dowiedzieć się, o czym teraz mówią ludzie.
- \* Dowiedz się czegoś nowego od ludzi, w tym od tych, którzy nie znają Twojej niszy

### **Pomysł 07: Niech inni mówią**

Rozmowa kwalifikacyjna to świetny sposób na wymyślanie treści, ponieważ rozmówca tworzy je za Ciebie. Kiedy Jim prowadził bloga i podcast, prowadził go jako rodzaj modelu hybrydowego. Czasami był pełen pomysłów i nie mógł się doczekać, aby opublikować je w sieci. Włączył mikrofon lub podszedł do klawiatury i po prostu zaczął narzekać. Innym razem, gdy spotkał kogoś naprawdę interesującego, przeprowadzał wywiady z gośćmi. Kilka razy w roku chodził na konferencję ze swoim sprzętem do podcastów i nagrywał pół tuzina wywiadów w ciągu zaledwie kilku dni, które następnie mógł zamienić w posty na blogu. Produkcja wielu opowiadań w partiach to jedna z bardziej popularnych taktyk, które pozwalają przewyciężyć blokadę pisarza i być wydajnym. Przechowujesz kilka postów, więc nie musisz szukać nowego pomysłu za każdym razem, gdy nadejdzie pora opublikowania nowego ost. Podczas gdy Jim przeprowadzał wywiady podcastowe, a następnie zamieniał je w posty na blogu, nie musisz iść tą drogą. Możesz przeprowadzić rozmowę przez e-mail. A jeśli wolisz rozmawiać z tą osobą, możesz przeprowadzić rozmowę kwalifikacyjną na Skypie i skorzystać z nagrania wideo na swoim kanale YouTube oraz posta na swoim blogu. Rozmowy z ludźmi są korzystne dla wszystkich. Dlatego. Załóżmy, że na konferencji spotykasz kogoś interesującego, który opowiada Ci o nowej aplikacji, książce, produkcie lub kursie, który uruchamia. Może Fiona Food Blogger spotyka kogoś, kto właśnie napisał książkę o diecie bezglutenowej. A może Tommy Tech Blogger spotyka kogoś, kto uruchamia nową aplikację. Fiona i Tommy właśnie poznali ludzi, którzy mogą być idealni do przeprowadzania wywiadów na ich blogach. Respondenci są podekscytowani, ponieważ mogą promować swój produkt, a Fiona i Tommy są szczęśliwi, ponieważ właśnie wymyślili pomysł na kolejny post, zwłaszcza na tematy, o których wiedzą, że ich czytelnicy chcą wiedzieć, ale gdzie nie. nie mam wiedzy. Musisz po prostu być z natury ciekawy, poszukać informacji i zadawać dobre pytania. O wiele łatwiej jest napisać kilka pytań do rozmowy kwalifikacyjnej niż napisać cały post. Inną korzyścią płynącą z przeprowadzania wywiadów z osobami na Twoim blogu jest to, że prawdopodobnie będą oni rozpowszechniać informacje o Twoim blogu wśród swoich odbiorców. To oznacza nowych czytelników Twojego bloga!

I chociaż rozmowa z opublikowanym autorem lub kimś sławnym, nawet kimś znanym w internecie, jest satysfakcjonująca, Jim uznał, że równie satysfakcjonujące jest rozmowa ze znajomymi, sprzedawcami, innymi blogerami i członkami jego odbiorców. Istnieją dwa sposoby tworzenia postów na blogu za pomocą wywiadów. Możesz zagłębić się w temat jednego rozmówcy w jednym poście na blogu. Na przykład Lexi przeprowadziła wywiad ze Skellie, autorką The Blog Business Funnel, i napisała dwuczęściowy post: „Jak znaleźć klientów na swoim blogu (nawet jeśli nie jesteś niezależnym autorem)”. Możesz też zadać to samo pytanie kilku wpływowym lub rówieśnikom i zebrać ich odpowiedzi w jednym poście gościa. Oto post, w którym specjalistka ds. Marketingu Nicole Dean zadała pytanie: „Jaka jest Twoja wskazówka nr 1 na temat świetnej strony z informacjami o Twojej witrynie?” Dodała również zrzuty ekranu ze stron About jej rozmówców, stanowiących atrakcyjny wizualnie i

pouczający post. Jak widać, nowy wpis może być równie prosty, jak pozwolenie komuś innemu na „rozmowę”.

Przepis na sukces

- \* Szukaj osób, które byłyby interesujące, aby przeprowadzić wywiad na swoim blogu.
- \* Zbierz informacje i przygotuj dobre pytania do rozmowy kwalifikacyjnej. O co Twoi czytelnicy pytają?
- \* Napisz krótkie, ale wciągające wprowadzenie i wezwanie do działania na koniec wywiadu.

### **Pomysł 08: Powitanie gości**

Jedyną rzeczą lepszą niż rozmowa z kimś dla Twojego bloga i zlecenie, aby dostarczyli większość treści, jest poproszenie kogoś o napisanie dla Ciebie postu gościa i dostarczenie całej zawartości. Namawianie do postów gości to świetny sposób na pozyskiwanie treści i jest to łatwiejsze, niż myśli większość ludzi. Najpierw znajdź kilka blogów tego samego rozmiaru lub mniejszych niż twój, których zawartość naprawdę Ci się podoba, i poproś właściciela bloga o napisanie dla Ciebie postu gościa. Dany nazywa to „obejmowaniem nikogo”. Będą zaszczyceni, szczęśliwi, gdy zobaczą swoją publiczność i ciężko pracują, aby zapewnić najlepszą pracę. Nie tylko dostaniesz świetny post, ale oni też powiedzą o nim swoim kontaktom i przyniosą Ci kilku nowych czytelników. Jeśli zamierzasz często wdrażać tę strategię i chcesz otrzymywać posty od gości bez kontaktowania się z blogerami, umieść na swoim blogu stronę „Napisz dla nas”. Dołącz wytyczne dotyczące pisania, nawet proste, dla autorów gości. Twoje wytyczne powinny obejmować:

- \* Typ treści, których szukasz
- \* Długość postów
- \* Liczba i typy linków, które mogą uwzględnić twórcy
- \* Format linii bocznej
- \* Jeśli płacisz współpracownikom
- \* Wymagania dotyczące zdjęć i obrazów
- \* Czego oczekujesz od gościa blogera w zakresie odpowiadania na komentarze do jego postów i promowania go wśród odbiorców

Chociaż zachęcamy do celowego korzystania z tej strategii, pierwszy post gościnny na blogu Jima wydarzył się przypadkowo. Dosłownie. Każdego tygodnia z wielką religijnością pisał posty, aż na urodzinowej wycieczce na rowerze górskim znalazł się nieoczekiwany prezent: złamana ręka. W międzyczasie asystent Jima ds. Marketingu, Brandon, zaproponował przejęcie bloga, Jim wyszedł i zaproponował interesującą historię. Brandon, milenials po dwudziestce, nieustannie debatował z rodzicami na temat technologii. Zawsze rozmawiali o tym, jak często używa swojego telefonu komórkowego, i nie rozumieli, jak może patrzeć a Netflix na swoim laptopie i jednocześnie przeglądać Twittera na swoim telefonie. Brandon pomyślał: „Po prostu tego nie rozumiem”. Wtedy przyszedł mu do głowy pomysł. Tak musieli się czuć jego rodzice, rozmawiając z rodzicami o rock and rollu. Stamtąd trafił do niego tytuł „Media społecznościowe to nowy rock and roll” i wyruszył na wyścigi z mistrzowsko wykonanym postem. Nie akceptuj postów na blogu, jeśli wymagają poważnych poprawek. Wersje robocze postów gości powinny wymagać tylko minimalnych zmian i krótkiego akapitu wprowadzającego. Uruchom również wersję roboczą za pomocą jednego z wielu bezpłatnych internetowych narzędzi do sprawdzania plagiatu. Chcesz publikować tylko w 100% oryginalne posty

gości. I bez względu na to, jak bardzo pragniesz postów, zawsze sprawdzaj blogerów gości, zanim udostępnisz im ich blog. Jak mówi Danny, Twój blog jest Twoim domem i decydujesz, kogo zaprosić jako gości i umieścić przed czytelnikami. Czy możesz pozwolić komuś, komu ufasz, przejąć Twój blog na kilka postów? Po prostu powiedz, bądź moim gościem!

### **Przepis na sukces**

- \* Zaproś innych blogerów, aby napisali dla Ciebie post gościnny.
- \* Utwórz stronę „Napisz dla nas” ze wskazówkami dotyczącymi pisania dla swojego bloga.
- \* Zrób swoją należytą staranność i wybieraj, komu pozwalasz publikować posty na swoim blogu.
- \* Napisz wstęp do wpisu gościa, aby zachęcić odwiedzających do jego przeczytania.

### **Pomysł 09: Zostań kuratorem**

Ostatnim sposobem wypożyczenia treści od innych jest wybranie istniejących treści i opublikowanie ich w użyteczny sposób. Jest to często nazywane „postem podsumowującym”. Oto najprostszy sposób na zrobienie podsumowania:

Krok 1: Zrób listę 10 ulubionych witryn w swojej niszy.

Krok 2: Przejdź do każdego z nich i wybierz swój absolutnie ulubiony post.

Krok 3: Opublikuj wpis z listą 10 najpopularniejszych postów i wyjaśnij, dlaczego je lubisz.

Otóż to. Nie musisz nawet myśleć o kreatywności, ponieważ kreatywność pochodzi z niesamowitych artykułów, które wybrałeś. Jedyną pracą, którą musisz wykonać, jest napisanie intro, dodanie własnego komentarza lub spostrzeżenia do każdego postu i sformułowanie wniosku. Nie czyń swojego posta jedynie listą innych postów lub treści; będziesz wyglądać leniwie. Zamiast tego przedstaw swoją opinię na temat każdego dołączonego fragmentu, który może składać się z 1-3 zdań. Kolejną zaletą tego posta podsumowującego jest to, że blogi, które przedstawiasz, docenią to, że dasz im znać i przyciągasz ruch do ich witryny. Tak bardzo, że prawdopodobnie powiedzą swoim subskrybentom i obserwatorom mediów społecznościowych o Twoim poście podsumowującym! Możesz nadal korzystać z tego pomysłu, tworząc skoncentrowane posty podsumowujące na określone tematy. Chcesz przykład z życia wzięty? „Lipcowe najlepsze w sieci - plany biznesowe i szablony” to, jak się domyślicie, zestawienie najlepszych źródeł planów biznesowych i szablonów, które znaleźliśmy w sieci. Autor nie tylko wymyślił źródła, ale podzielił je na podrozdziały i napisał krótki opis każdego z nich. Zobaczmy, jak to zadziała w przypadku Tommy Tech Blogger. Oto przykłady sposobów, w jakie może wybierać treści związane z niszą techniczną.

### **Problemy i produkty**

Powiedzmy, że Tommy Tech Blogger zdaje sobie sprawę, że przytył 10 kg, ponieważ spędza zbyt dużo czasu siedząc przed komputerem. Wie, że może to być problem również dla jego czytelników, więc postanawia zbadać, w jaki sposób technologia może pomóc w utracie wagi. Przykładowy post podsumowujący na jego blogu może brzmieć „12 najlepszych aplikacji, które pomogą Ci zmniejszyć kalorie” lub „10 sposobów na odchudzanie przy pomocy smartfona”. Innym sposobem doboru treści są produkty. Tommy Tech Blogger może napisać post na temat „7 nadchodzących urządzeń do noszenia, które wkrótce staną się częścią Twojego codziennego życia” lub „Moje wybory dotyczące najlepszych kursów kodowania online wszechczasów”. A jeśli jesteś partnerem dla tych produktów, te posty mogą przynieść niezłą zmianę w stosunku do prowizji partnerskich.

## Ludzie

Kolejnym podejściem jest wyróżnienie ludzi z Twojej branży. Możliwe nagłówki obejmują „7 blogerów technicznych, od których faktycznie się nauczysz” lub „Poznaj właścicieli najbardziej obiecujących start-upów w Dolinie Krzemowej”.

Ekspansja społecznościowa na ludzi z Twojej branży, możesz kierować czytelników do ich kont w mediach społecznościowych na Twitterze, Instagramie, Pinterest, Snapchacie lub jakiegokolwiek innej aplikacji. Na przykład „22 maniaków technologii, których musisz obserwować na Instagramie” lub „10 najbardziej interesujących programistów do obserwowania na Twitterze”. Kiedy Elena Verlee opublikowała „20 mężczyzn przedsiębiorców do obserwowania na Twitterze” w witrynie PRinYourPajamas.com, odnotowała tak duży ruch, że jej witryna uległa awarii - to szczęśliwy problem.

## Zasoby

Pomyśl o zasobach jako o głównej liście rzeczy, których czytelnik potrzebuje, aby osiągnąć cel. Na przykład „Wszystko, czego potrzebujesz, aby rozpocząć niezależną działalność związaną z tworzeniem witryn internetowych” może wskazywać ludziom zasoby, takie jak certyfikaty, szkolenia, tworzenie witryn internetowych, strategia biznesowa, materiały marketingowe itp.

## Głoska bezdźwięczna

Poza blogerami lub produktami, pomyśl o innych formach mediów, które możesz wybierać, takich jak Slideshres, wykłady TED, filmy na YouTube, filmy lub kursy. Artykuły mogą obejmować „5 wystąpień TED, które zmienią sposób postrzegania technologii” lub „Najlepsza playlista YouTube, jeśli chcesz zrozumieć obliczenia kwantowe”. Jako bonus, posty na blogu z osadzonymi w nich multimediami, takimi jak slajdy lub filmy, mają zwykle wyższą pozycję w wyszukiwarkach niż posty zwykłe. Gromadząc najlepsze treści w Internecie, dostarczasz swoim czytelnikom wartościowe treści bez tworzenia ich od podstaw.

## Przepis na sukces

- \* Zdecyduj się na temat swojego posta podsumowującego.
- \* Poszukaj najlepszych postów lub innych mediów na ten temat.
- \* Napisz wprowadzenie, podsumowanie lub opis każdej pozycji w swoim poście i podsumowanie.

## Pomysł 10: Moje środki masowego przekazu

Leniwość, kłapanie na kanapie i bingowanie z Netflixem wydaje się być przeciwieństwem tego, co powinieneś robić, gdy nadchodzi post na blogu, ale czasami jest to po prostu rzecz, której potrzebujesz, aby rozpalić nowy pomysł. Specjaliści od mediów robią to cały czas. Czy zauważyłeś, jak komentatorzy wiadomości mówią o czymś, co przeczytali w gazecie? Albo w jaki sposób treści ze stron internetowych - nawet YouTube - stają się pożywką dla programów telewizyjnych? Specjaliści od mediów wzajemnie zapylają pomysły i możesz zrobić to samo.

## Książki

Zacznijmy od „anty-mediów”: siedzieć cicho i czytać książkę. Jak mówi przysłowie: „Pisz, nawet jeśli nie masz na to ochoty. A kiedy nie możesz pisać, czytaj!” Czytanie książek może przynieść wiele korzyści w pisaniu, w tym tworzenie nowych pomysłów, naukę technik opowiadania historii oraz poprawę gramatyki i słownictwa. Prawdopodobnie masz na swojej półce książki, które chciałeś przeczytać, ale do których jeszcze nie doszedłeś. Nadszedł czas, aby to zrobić. Usiądź przy filiżance ciepłej herbaty lub

lampce wina i poczytaj. Poszukaj w książce pomysłów, którymi chcesz się podzielić z czytelnikami bloga. Nawet jeśli nie zgadzasz się z autorem lub nienawidzisz książki! Lub wróć do jednej ze swoich ulubionych książek i przeczytaj ją ponownie. Co sprawia, że wracasz? Możesz o tym blogować.

### **Czasopisma**

Jest magazyn na każdy temat pod słońcem. Jeśli podejdziesz do półki z czasopismami w dużej księgarni, zdziwisz się, że nawet najbardziej niejasne tematy mają magazyn poświęcony temu tematowi. Wyobraź sobie, że robi to Fiona Food Blogger. Mając dziesiątki magazynów o jedzeniu i gotowaniu, Fiona ma problem z wyborem magazynu, który ma przejrzeć jako pierwszy. Wreszcie wybiera Clean Eating, a konkretnie kwestię Szybkie i łatwe. „Co to jest czyste jedzenie?” Zastanawia się Fiona. Hmm... może jej czytelnicy też chcą wiedzieć. Zapisuje to jako możliwy temat na blogu. Następnie czyta listy do redakcji: czy ktoś zwrócił uwagę na coś, czego brakowało w poprzednim artykule? Albo chwalić kogoś szczególnie pomocnego? Jeszcze dwa możliwe tematy na jej blogu. Następnie przegląda artykuły: które z nich mogłaby umieścić we własnym zakresie? Jeśli istnieje zapotrzebowanie na szybkie i łatwe przepisy, może uda jej się przygotować na swoim blogu przez miesiąc szybkie i łatwe przepisy. Uwzględni również reklamy. Jakie produkty byłyby dla niej interesujące do napisania? Która firma wydaje się oferować najbardziej pomysłowe produkty? Czy mogłaby przeprowadzić wywiad z kimś z firmy? Zanim Fiona odłoży magazyn, ma co najmniej pięć pomysłów na posty na blogu.

### **Radio i podcasty**

Wybierając się na bieg, wyprowadzając psa, prowadząc samochód, a nawet wykonując prace domowe, włącz ulubiony program radiowy lub pobierz popularny podcast. Posłuchaj czegoś, co wywołuje debatę lub aha! w swoim umyśle i zamień go w następny post.

### **Kino**

Zablokuj kilka godzin, aby obejrzeć film. Nie tylko biernie oglądaj film, studiuj go. Od filmów o superbohaterach z mnóstwem eksplozji po fascynujące dramaty lub filmy oparte na dialogach Aarona Sorkina lub Quentina Tarantino, wyobraź sobie siebie jako aktora, pisarza lub reżysera. Tommy Tech Blogger mógłby zajadać się starymi filmami Star Trek i napisać „21 gadżetów, których używamy dzisiaj, które pojawiły się jako pierwsze w Star Trek”. A ponieważ czasami prawda jest dziwniejsza niż fikcja, film dokumentalny o Twojej niszy może być również bogatym źródłem pomysłów na posty na blogu.

### **Teatr**

Jeśli uważasz, że siedzenie godzinami przed telewizorem jest leniwe, obejrzyj przedstawienie teatralne na żywo z zaangażowaną publicznością. Może pobudzać zmysły w sposób, w jaki nie może tego zrobić żaden program telewizyjny. Teatr jest ogromnym źródłem pomysłów, ponieważ jest o wiele więcej atmosfery i o wiele więcej wydarzeń - a ty doświadczasz tego wszystkiego w prawdziwym życiu! Oznacza to, że możesz zdekonstruować i wyciągnąć analogie o wiele więcej. Znajdź program w swojej okolicy, wyjdź z domu i wróć odświeżony i gotowy do pisania.

### **Komiks**

Tak, nawet komiksy mogą być źródłem pomysłów na Twój blog. Nate Cooper, przedsiębiorca, nauczyciel i pisarz, który współtworzył strony takie jak Mashable.com, zamienił swoje zamiłowanie do technologii i komiksów w książkę zatytułowaną „Zbuduj własną witrynę internetową: komiksowy przewodnik po HTML, CSS i WordPress”. Chociaż jest to właściwa aleja Tommy Tech Bloggera, komiks nie musi dotyczyć Twojej niszy, aby być źródłem inspiracji dla posta na blogu. Albo kilku.

### **Telewizja**

I wreszcie, jest stara dobra telewizja. Według Nielsena przeciętny Amerykanin spędza więcej niż pięć godzin dziennie na oglądaniu telewizji, więc jeśli robisz to zamiast pracować nad swoim blogiem, postaraj się przynajmniej zdobyć kilka pomysłów na pisanie w tym czasie. Sprawdź CNN lub nocne wiadomości, aby zobaczyć, co się dzieje w kontekście wydarzeń lokalnych lub światowych. Uważaj na bieżące wydarzenia, które mogą wpłynąć na twoją niszę lub wpłynąć w twoich czytelników. Na przykład Fiona Food Blogger powinna znajdować się na szczycie wycofań żywności i wiadomości o zatruciach pokarmowych, podczas gdy Tommy Tech Blogger powinien szukać nowych gadżetów na rynku. Daj się ponieść popularnej nowej serii Netflix. Z jakich elementów historii możesz czerpać? Jak przykuwają uwagę widza na samym końcu odcinka i zachęć ich do powiedzenia: „Ok, przysięgam, jeszcze tylko jeden odcinek, a potem idę spać”. Niezależnie od tego, czy postrzegasz je jako winną przyjemność, czy stratę czasu, zanurz się w wodach telewizji reality. Przejrzyj kilka odcinków seriali Real Housewives, The Bachelor, America's Next Top Model lub programu sławnych kucharzy. Włącz imprezę sportową na żywo, aby zobaczyć, jak w grę wchodzi prawdziwy dramat. Jakich słów używają prowadzący, aby opisać akcję? Czego możesz się nauczyć od zagorzałych fanów, którzy zachowują się tak, jakby to oni grali w tę grę? Czy potrafisz przełożyć klasyczną bitwę przegranych Dawida z Goliatem na historię na swoim blogu? Oto przykład z życia wzięty, jak możesz wprowadzić ten pomysł w życie. Jim widział komika Louisa CK w programie Conan O'Brien, wykonującego historyczny kawałek zatytułowany „Everything Is Amazing and Nobody Is Happy”. Opowiadał o tym, jak był w samolocie, a pasażer obok niego złościł się, gdy zepsuło się nowe, szybkie Wi-Fi w samolocie. CK zdenerwował się. Uważał, że wszyscy powinniśmy być nieustannie zdumieni cudem lotu, zauważając: „Siedzisz na krześle na niebie!” To zainspirowało Jima do napisania posta o ekonomii podróżowania, który był idealny dla jego bloga, ponieważ łączył biznes i popkulturę. Jego stanowisko? „Klasa biznesowa na 30 000 stóp”. Następnym razem, gdy wolisz oglądać telewizję lub przeglądać magazyn zamiast pisać post na blogu, daj się ponieść. To może być to, czego potrzebujesz, aby stworzyć zupełnie nowy pomysł na swojego bloga.

### **Przepis na sukces**

- \* Wybierz medium do moich pomysłów: książka, magazyn, telewizja, film, teatr... nawet komiks.
- \* Bądź na bieżąco z aktualnymi wydarzeniami i innymi wiadomościami w swojej niszy.
- \* Nie martw się o poruszanie na swoim blogu podobnego tematu, który został poruszony w innym medium. Umieść na tym swój własny spin.

### **Pomysł 11: Utwórz połączenie multimedialnych**

Zrobiłeś sobie przerwę od komputera i zużyłeś mnóstwo multimedialnych, aby wygenerować pomysły. Co jeszcze możesz z tym zrobić? Możesz połączyć lekcje wyciągnięte z mediów z własną wiedzą, aby stworzyć unikalny post na blogu. Chodzi o to, aby wziąć dwie niepowiązane rzeczy i zmusić je do stworzenia naprawdę interesującego postu. Tworzysz połączenie dwóch niepowiązanych ze sobą pomysłów, dzięki czemu Twój post jest oryginalny i interesujący. Nie martw się, to łatwiejsze niż się wydaje. Zaczynaj od wybrania czegoś, co Twoi czytelnicy znają, na przykład rodzaju muzyki, a następnie powiąż to z tematem z Twojej niszy. Copyblogger jest szczególnie dobry w tym podejściu. Niektóre z ich najpopularniejszych postów to „5 rzeczy, których Depeche Mode może nauczyć Cię o skutecznym marketingu online”, „The Grateful Dead 4-Step Guide to the Magical Influence of Content Marketing” oraz „The Eminem Guide to Becoming a Writing and Marketing Machine .” Możesz tworzyć mashupy ze wszystkimi formami mediów:

### **Kino**



Filmy to świetny sposób na nawiązanie tego połączenia, ponieważ masz wiele opcji. Możesz użyć nazwy filmu lub postaci z tego filmu, a ponieważ są one jedną z tych rzeczy, które pozostają z ludźmi na długi czas, masz dużą swobodę gatunkową. Oto trzy przykłady:

### 1) Nostalgia

Mimo że *The Princess Bride* wyszedł w 1987 roku, jest uważany za kultowy klasyk zarówno dla młodych, jak i starszych. Brian Clark z Copybloggera nawiązał do tego w swoim poście „Inigo Montoya’s Guide to 27 Common Misused Words”. Jeśli wiesz, kim jest ta postać, prawdopodobnie klikniesz i przeczytasz artykuł. To, że ma ponad 8 000 akcji, to dobry znak, że wielu czytelników rozpoznało Inigo Montoyę. Ale nawet ci, którzy tego nie zrobili, mogli przeczytać to z ciekawości.

### 2) Przełomowy hit

Innym sposobem na wykorzystanie tej techniki jest uchwycenie się przebicia. Na przykład Jim pracował w WIRED.com, kiedy wyszedł film *Slumdog Millionaire*. Miał trzymającą w napięciu fabułę, świetną reżyserię, niesamowitą ścieżkę dźwiękową i zdobył osiem Oscarów, w tym najlepszy film. Czerpiąc z podekscytowania, Jim napisał post zatytułowany „Marketing Lessons From *Slumdog Millionaire*”, który WIRED.com opublikował kilka tygodni przed rozdaniem Oscarów.

### 3) Seria przebojów

Czasami film staje się tak popularny, że przez jakiś czas pozostaje w oczach opinii publicznej. Od Szybkich i wściekłych po prawie każdą adaptację komiksu, jaką kiedykolwiek stworzono, zostaw to Hollywood, aby przejść jeden udany film, a następnie rzucić nam sequel za sequelem. Niestety, to często działa. Na przykład, czy wiesz, że film *Igrzyska śmierci* znalazł się w pierwszej dziesiątce sprzedaży biletów w 2012, 2013, 2014 i 2015 roku, a na całym świecie zarobił prawie 3 miliardy dolarów? Seria filmów zyskała tak dużą popularność, że nawet duzi chłopcy wskoczyli na ten temat, aby znaleźć historię, która pojawiła się na stronach internetowych Forbes, Time, PR Daily, Inc.com i Scholastic. Nawet Vogue wskoczył na modę, organizując konkurs piękności i sprawności.

## Telewizja

Ten sam pomysł, ale tym razem wybierz program telewizyjny, który prawdopodobnie oglądają Twoi widzowie. Tak właśnie postąpił Jon Morrow w swoim hicie „*Mad Men Guide to Changing the World with Words*”, a Danny z „*Desperate Housewives on Writing, Storytelling and Selling*”. Ale możesz też użyć mniej popularnego programu, pod warunkiem, że przekażesz swój punkt widzenia nawet czytelnikom, którzy go nie znają. Przykładem jest Lexi post, „*Lekcje sukcesu w marketingu online od następnego wielkiego piekarza*”.

Aby uzyskać dodatkowe punkty, wymień pięć najpopularniejszych programów telewizyjnych, o których możesz pomyśleć, a następnie przeprowadź badanie słów kluczowych, aby zobaczyć, który z nich jest najpopularniejszy.

## Książki

Możesz też połączyć koncepcję z książką spoza niszy swojego bloga. Na przykład „*Czego, jak zdobyć przyjaciół i jak wpływać na ludzi, których mogą cię nauczyć o zdobywaniu przyjaciół i wywieraniu wpływu na ludzi*” ”byłoby kiepskie. Chodzi o to, aby połączyć dwa niezwiązane ze sobą pomysły, aby wymyślić coś nieoczekiwanego, pamiętasz? Nie musi to być nawet książka; może to być autor, na przykład „*What Stephen King Can Teach You About Fear and Courage*” lub, w przypadku bloga kulinarnego Fiony, „*12 Dinner Party Menus Inspired by Danielle Steel’s Novels*”.

## **Komiksy**

Jest powód, dla którego Hollywood przerabia filmy o Supermanie, Spidermanie, X-Menach i pół tuzina innych, bardziej nieznanymi postaciami z komiksów. O ile nie jest to spektakularna porażka, możesz liczyć na określoną wielkość sprzedaży w kasie. Z tego samego powodu, jeśli opierasz się na supermocy jednej z tych postaci, Twój post powinien również działać. Uwaga: nie mieszaj dwóch pomysłów, chyba że widzisz między nimi wyraźny związek. Nie wymuszaj tego, czego nie ma. W przeciwnym razie Twój post będzie brzmiał sztucznie.

## **Przepis na sukces**

- \* Wymień popularne media, które znasz.
- \* Zastanów się nad odcinkiem, historią lub postacią i wyodrębnij pomysły, lekcje i inne bryłki, które możesz zastosować do tematu w swojej niszy.
- \* Napisz swój post mashup, upewniając się, że narysowane analogie są jasne i logiczne.

## **Pomysł 12: Zadowolony tłum**

Jeśli chcesz dać czytelnikom to, czego chcą, logiczne jest pisanie postów na tematy, które ich już interesują. Oprócz bezpośredniego zadawania im pytań, możesz wziąć wskazówkę z tego, o czym już rozmawiają o, szukaniu i udostępnianiu online oraz w prawdziwym życiu. Eksperci nazywają to „newsjackingiem” lub jazdą na barana na już popularnych historiach, aby Twoje własne treści były atrakcyjne. Istnieje wiele sposobów, aby dowiedzieć się, które tematy są obecnie popularne, na przykład:

### **Google Trends**

Dowiedz się, co użytkownicy internetu na całym świecie piszą w Google, przechodząc do [google.com/trends](https://www.google.com/trends). Pozwól, aby największa na świecie wyszukiwarka wyświetliła najpopularniejsze artykuły, wykres zainteresowania w czasie wyszukiwania, liczbę artykułów tworzonych na ten temat, region, w którym odbywają się wyszukiwania, i inne powiązane tematy.

### **Twitter**

Twitter to kolejne świetne miejsce do sprawdzania aktualności. Wejdź na swoją stronę główną Twittera, aby sprawdzić, co zyskuje popularność w Twojej okolicy lub w całym kraju, przewiń Twitter Moments lub wyszukaj hashtagi związane z Twoją niszą.

### **Facebook**

Przewiń szybko swój kanał na Facebooku. Prawdopodobnie zobaczysz najnowsze popularne myśli o polityce lub sporcie lub po prostu ludzie publikujący zdjęcia swoich dzieci (co może być w tym miejscu tematem). Możesz również zauważyć trend, o którym wszyscy mówią - na przykład wyzwanie związane z kubkiem lodu, jeśli przewijałeś w lipcu 2014 roku - który pozornie pojawia się znikąd, staje się szalenię wirusowy przez dwa miesiące, a następnie dramatycznie zanika. Więc chwyć go, gdy jest gorąco. Facebook informuje również o trendach w małym polu. Na czasie w prawej kolumnie interfejsu na pulpicie. Możesz przełączać się z najważniejszych trendów na politykę, naukę i technologię, sport i rozrywkę. Ponieważ Facebook wie, na jakie tematy publikujesz i którymi się zajmujesz, pokaże Ci trendy, które są dla Ciebie istotne.

### **Strony internetowe**

Przejdź do dowolnej popularnej witryny, od BuzzFeed po NY Times po CNN, i poszukaj najpopularniejszych i najczęściej udostępnianych artykułów, aby zobaczyć, co jest teraz na topie. Po prostu wybierz temat i nadaj mu swój własny spin.

### **Sławni ludzie**

I wreszcie, wydaje się, że gwiazdy zmieniają swoje myśli i style w ciągu tygodnia, więc zobacz, co nowego i interesującego. Bez względu na temat, zwykle można znaleźć celebrytów. Weźmy na przykład Tommy Tech Blogger. Oto kilka historii związanych z celebrytami, które mógłby napisać:

\* Gwiazdy, które inwestują w startupy, takie jak różne inwestycje Ashtona Kutchera w startupy technologiczne (podobno ponad 50!) I Justin Bieber prowadzący rundę nasion o wartości 1,1 miliona dolarów w Shots, aplikacji do udostępniania selfie.

\* Android kontra iOS na rozdaniu Oskarów: która platforma mobilna jest bardziej popularna wśród celebrytów?

\* Lub idź anti-tech i napisz o celebrytach, którzy nienawidzą technologii (one istnieją!).

„Gwiazda” nie musi być sławną gwiazdą filmową, sportowcem czy muzykiem. Możesz użyć tego terminu jako ogólnej kategorii dla dowolnej ikony lub influencera, którego rozpoznają Twoi odbiorcy, od popularnego blogera po gwiazdę YouTube, po odnoszącego sukcesy przedsiębiorcę. Skończmy na przykładzie. Do tej pory przeciętny człowiek prawdopodobnie zna nazwisko, Elon Musk, przedsiębiorca i dyrektor generalny firmy Tesla zajmującej się samochodami elektrycznymi. Postęp, świadomość i zainteresowanie pojazdami elektrycznymi wciąż rosną w szybkim tempie, a on coraz częściej pojawia się w wiadomościach i na okładkach magazynów. Ale ponieważ Jim wcześniej pracował dla firmy technologicznej i opisywał tego typu treści na swoim blogu, słyszał o Musku kilka lat wcześniej niż opinia publiczna. Korzystając z Trendów Google, zobaczysz, że w kwietniu 2013 r. Liczba wyszukiwań była niewielka - względny wynik 13 na 100 - podczas gdy w kwietniu 2016 r. Osiągnął 100 na 100. Więc jeśli byłeś nowym czytelnikiem bloga Jima i natknąłeś się na jego post „Dlaczego Elon Musk powinien sprawić, że poczujesz się jak przegrany, który nigdy niczego nie osiągnął”, poczułbyś się jak osoba wtajemniczona, ponieważ byłbyś jedną z pierwszych osób wiedzieć o Musku. Fajnie jest wskoczyć do gorącej historii i porozmawiać o najnowszej wschodzącej gwiazdzie. Ale co ważniejsze, sprawisz, że Twoi czytelnicy poczują się na bieżąco i pomożesz im odkryć pojawiający się trend.

### **Przepis na sukces**

\* Zajrzyj do Trendów Google, Twittera i Facebooka, aby odkryć popularne tematy.

\* Poszukaj gwiazdy w swojej niszy.

\* Miej oko na ludzi, którzy są u progu sławy i wpływów lub są już celebrytami w Twojej niszy.

### **Pomysł 13: Zakłócić mediami**

Czy umieszczasz słowa na stronie tylko z okazjonalnym zdjęciem? Jeśli tak, to może nadszedł czas, aby coś zmienić. Zamiast skupiać się całkowicie na pisaniu, pomieszaj to, dodając nową formę multimedialną do swojego posta, na przykład:

#### **Zdjęcia**

Być może już dodajesz zdjęcie lub dwa do swoich postów, ale czy są to naprawdę świetne zdjęcia, czy kiepskie cliparty lub obrazy z banku zdjęć? Dla odmiany używaj tylko świetnych zdjęć. Odejdź od laptopa, chwyć telefon - lub jeszcze lepiej, tę drogą lustrzaną cyfrową, która zbiera kurz na twojej

półce - i zrób kilka nowych, interesujących zdjęć i uczyni je głównym tematem twojego postu, a nie tylko drugoplanową obsadą. Zdjęcia z blogów są szczególnie ważne, aby uzyskać większy ruch na Pinterest i Instagram. Następnie wyjdź poza zwykłe dodanie zdjęcia do swojej strony. Wypróbuj fotoreportaż, aby 80% treści to zdjęcia, a 20% to tekst, a nie na odwrót. Aby uzyskać inspirację, zajrzyj na fantastyczny blog fotograficzny „The Big Picture” na BostonGlobe.com i zobacz, jak nawet najzwyklejsze obiekty, zdarzenia i ludzie mogą zostać uwiecznione na potężnych zdjęciach. Lexi wykorzystwała zdjęcia, aby podkreślić swój punkt widzenia w poście „Dowód: kompost z Bokashi lepiej rośnie w roślinach”. Zdjęcia wyraźnie pokazały różnicę w wielkości i witalności pomidorów uprawianych w różnych ilościach kompostu Bokashi. Bez zdjęć post nie byłby tak przekonujący. Zdjęcia zdecydowanie ożywiają historię. W ten sposób Jim wykorzystał zdjęcia z podróży służbowej, aby post na blogu był bardziej atrakcyjny. Po konferencji był w klubie ze znajomymi, kiedy wybuchło zamieszanie i fanfary. Pracownicy wtargnęli do głośnej muzyki, a sześciu z nich wstało, trzymając gigantyczne karty z napisem REGGIE. Jim i jego przyjaciele myśleli, że słynny Reggie musi być w klubie, ale nie. Okazało się, że był to zwykły facet o imieniu Reggie, który dodatkowo zapłacił za tę usługę. Doprowadziło to do dyskusji na temat pokolenia „Look at Me Generation” i ostatecznie do dogłębnego wpisu na blogu zatytułowanego „Czy to pokolenie mnie, czy media społecznościowe właśnie to zrobiły?” Jasne, Jim mógł napisać post bez zdjęć, ale nadali mu więcej autentyczności i osobowości.

### **Zrzuty ekranu**

Innym rodzajem grafiki, która ożywi Twoje posty, są zrzuty ekranu. Ludzie uwielbiają widzieć, jak robisz rzeczy, więc jeśli dokumentujesz coś takiego, jak kodowanie witryny internetowej lub sposób rozmieszczania ikon na pulpicie w celu uzyskania maksymalnej wydajności, zrzuty ekranu są idealne, aby przeprowadzić ludzi przez cały proces. Możesz robić zrzuty ekranu za pomocą programów takich jak Jing, Snagit, Camtasia i Screenflow.

### **Tweety**

Widzisz świetny cytat na Twitterze? Użyj ich funkcji umieszczania, aby uczynić go głównym tematem postu. Możesz wziąć pojedynczy tweet, przeanalizować go lub wykorzystać jako punkt wyjścia do opowieści. Lub połącz wiele tweetów z wielu źródeł, aby opowiedzieć historię wydarzenia, takiego jak najświeższe wiadomości, ogłoszenie biznesowe, nowa wersja iPhone'a, błąd polityczny lub kontrowersyjny moment sportowy.

### **Infografika**

Chcesz zagłębić się w temat bez pisania długiego, żmudnego postu? Wypróbuj infografikę. To właśnie zrobiliśmy w Mirasee, aby podzielić się wynikami naszego badania branżowego na temat kursów online w poście „Stan kursów online [INFOGRAFIKA]”. Więcej inspiracji do infografik można znaleźć w witrynie CoolInfographics.com. Możesz tworzyć własne infografiki, korzystając z bezpłatnych i płatnych narzędzi, takich jak Infogr.am, Piktochart, Easel.ly, Visual.ly lub Canva. Lub zatrudnij projektanta, który stworzy go dla Ciebie. Witryny takie jak Fiverr, Upwork czy 99designs oferują usługi projektowe za rozsądną opłatą.

### **Filmy**

Bez wątplenia zużycie wideo na każdej platformie nadal rośnie. Jeden film może zmienić wpływ Twoich postów na blogu, a nawet zastąpić setki zapisanych słów. Jednak nawet jeśli umieścisz wideo na swoim blogu, Twój post powinien nadal zawierać tekst, w celu optymalizacji pod kątem wyszukiwarek. Na przykład, gdyby Tommy Tech Blogger chciał pokazać, jak ulepszyć pamięć swojego laptopa, najlepszym sposobem byłoby nagranie filmu demonstracyjnego. Byłoby to jaśniejsze niż wyjaśnienie w postaci

zwykłego tekstu, nawet gdyby towarzyszyły mu rzuty ekranu. Do tworzenia dobrych filmów online nie potrzebujesz drogiej kamery wideo, mikrofonu, świateł i ekranów w tle. Aparat w smartfonie jest prawdopodobnie wystarczająco dobry, o ile znajdujesz się w dobrze oświetlonym miejscu. Jeśli używasz smartfona do nagrywania filmów, pamiętaj, aby kręcić telefonem w pozycji poziomej. Dzieje się tak, ponieważ nasze oczy widzą poziome obrazy, dlatego ekrany filmów i telewizji są również poziome. Pionowe filmy są ohydne do oglądania i sprawiają, że wyglądasz jak amator. Zalecamy następujące narzędzia do nagrywania lepszych filmów za pomocą smartfona:

- \* Zewnętrzny mikrofon przypinany, taki jak Audio-Technica ATR-3350, Rode Smartlav Lavalier lub Edutige EIM-001 iMicrophone

- \* Stabilizator, np. Monopod (inaczej „selfie stick”), statyw lub obrotnica

Masz kiepski smartfon? Korzystaj z kamery internetowej i wbudowanego mikrofonu komputera. Podczas korzystania z wideo należy również pamiętać o tym, że dobry dźwięk ma kluczowe znaczenie. W rzeczywistości dobry dźwięk jest ważniejszy niż krystalicznie czysty obraz. Ironiczne, ale prawdziwe. Spróbuj obejrzeć film z ziarnistym obrazem. Dopóki dźwięk jest dobry, nadal będziesz rozumieć, co się dzieje. Teraz spróbuj obejrzeć wyraźny film, ale z zniekształconym dźwiękiem lub bez dźwięku. Wkrótce się zgubisz i zdezorientujesz. Jeśli więc będziesz tworzyć wiele filmów, wysokiej jakości mikrofon to dobra inwestycja. Kup najlepsze, na jakie Cię stać. Oto różne sposoby umieszczania filmów na swoim blogu:

- \* Nagraj swoje uczucia na dany temat. Następnym razem, gdy będziesz mieć dobry rant, pozwól mu latać.

- \* Użyj wideo, aby zademonstrować określoną procedurę w poście z instrukcjami.

- \* Usiądź z kimś interesującym i zadaj jej kilka pytań przed kamerą.

- \* Wypróbuj wideo na żywo, takie jak Periscope lub Facebook Live, i wykorzystaj je do wywołania rozmowy na swoim blogu.

- \* Osadź szybki film z Instagrama.

- \* Zrób historię na Snapchacie, wyeksportuj ją i umieść na swoim blogu jako wideo.

- \* Osadź TED Talks lub film innej osoby z YouTube.

### **Przepis na sukces**

- \* Korzystaj z materiałów wizualnych (takich jak zdjęcia, rzuty ekranu, infografiki) lub wideo, aby móc je pokazać i opowiedzieć.

- \* Nagrywając wideo smartfonem, trzymaj telefon poziomo.

- \* Upewnij się, że dźwięk Twojego filmu jest krystalicznie czysty.

### **Pomysł 14: Podkreśl to, co dobre**

Pomyśl o stronie internetowej, blogerze lub firmie, którą cenisz. Może podcast, którego nie możesz się doczekać, aby pobrać co tydzień, bloger, który inspiruje Cię bardziej niż jakikolwiek inny, lub firma, która zawsze wydaje się postępować właściwie. Kiedy już masz jakąś myśl, przeprowadź studium przypadku, aby przeanalizować, dlaczego jest to najlepsze z najlepszych, i zidentyfikuj, czego inni mogą się nauczyć z Twojego przedmiotu. Dzięki lekcjom post jest odpowiedni i przydatny dla Twoich czytelników. W przeciwnym razie po prostu tryskałbyś bez celu.

## **Strony internetowe, blogi i media społecznościowe**

Zacznij od swoich ulubionych witryn i blogów. Które z nich czytasz dzień po dniu? Którzy blogerzy rezonują z Tobą i po prostu „rozumieją to” swoim pismem, do tego stopnia, że mówisz: „Więcej ludzi musi wiedzieć o tej osobie?” Przykładem Jima jest blog Wait But Why. Gdyby Jim miał zrobić studium przypadku, opowiedziałby o przystępnym stylu pisania blogera Tima Urbana, jego humorze i historycznych kreskówkach. Jim mógłby następnie dodać media, osadzając przemówienie Urbana TED i powiązać je z osobistą anegdotą, ponieważ Jim wykorzystał proces pisania przemówień Urbana, aby wygłosić przemówienie najlepszego człowieka. Czy widzisz, jak możesz połączyć pochwały, analizę, media i osobisty charakter, aby post na blogu był wyjątkowy i autentyczny? Niektórzy czytelnicy Jima mogą nienawidzić długich postów na blogu lub zastanawiać się nad postacią Urbana, projekty niedojrzałe i nieprofesjonalne. To zupełnie w porządku, ponieważ zachęca do dyskusji w komentarzach na jego blogu lub w mediach społecznościowych.

Nie musisz ograniczać swojego studium przypadku do bloga. Możesz także obejmować strony internetowe, podcasty, tablice Pinterest, kanały YouTube, konta Instagram, grupy LinkedIn i konta Snapchat.

## **Firmy**

Innym kątem podejścia do studium przypadku jest przyjrzenie się firmom stojącym za produktami i usługami, z których korzystasz. Na przykład Fiona Food Blogger jest wielką fanką miksera Ankarsrum. Mogłaby napisać post o firmie: jej historii, w tym sygnaturowego miksera, który pojawił się po raz pierwszy w 1940 r., Tego, co firma robi dobrze, oraz obsługi klienta. Ty też możesz pisać o firmach, bez względu na to, czy przetrwały próbę czasu, czy też musiały ewoluować przez lata. Pisz o firmach, za którymi stoją ciekawi ludzie i historie, których doświadczenia mogą być źródłem mądrości dla Twoich czytelników. Na przykład prosty zakup nowej pary dżinsów sprawił kiedyś, że Jim napisał dogłębne studium przypadku zatytułowane „Drogi Levi's, wróciłem - jak kultowa marka zgubiła drogę, a potem odzyskała klienta 10 lat Później."

## **Rozwiązania**

Jeśli znalazłeś rozwiązanie dokuczliwego problemu, z którym Twoi czytelnicy prawdopodobnie też borykają się, to masz kolejny wspaniały pomysł na wpis na blogu. To właśnie zrobiła Lexi, pisząc „Essential Oils for Frozen Shoulder”. Podzieliła się przepisem na olejek do masażu, który nałożyła na ramię, pakiet rozgrzewający, którego użyła, oraz ćwiczenia ramion, które znalazła na YouTube i których przestrzegano... co spowodowało, że ból barku zniknął całkowicie po trzech dniach. Oto kolejny przykład: „3 opcje irygacji nosa”, gdzie Lexi mówi o nie jednym, ale trzech możliwych rozwiązaniach alergicznego nieżytu nosa, powszechnie znanego jako katar sienny. Podaje zalety i wady każdej alternatywy i kończy mówiąc, która opcja działa najlepiej w określonych sytuacjach. Oprócz tego, że są niezwykle pomocne dla czytelników, tego typu posty zwykle dobrze sobie radzą z wyszukiwarkami, ponieważ obecnie ludzie najpierw szukają odpowiedzi na swoje problemy w Internecie. Więc kiedy odkryjesz coś, co działa, udostępnij to! Skuteczne rozwiązania, a także ludzie i firmy, które robią coś dobrze, są świetnymi tematami do wpisów na blogach.

## **Przepis na sukces**

\* Zrób listę swoich ulubionych blogerów, stron internetowych, profili w mediach społecznościowych, firmy i rozwiązania.

\* Wybierz jeden i przemyśl wszystkie powody, dla których uważasz, że jest najlepszy.

\* Wyciągnij wnioski lub najlepsze praktyki ze studium przypadku, z którego Twoi czytelnicy mogą się nauczyć.

\* Jeśli piszesz na blogu o rozwiązaniu, wyjaśnij dokładnie, czego użyłeś i w jaki sposób.

\* Wspieraj swój post zdjęciami (zdjęcia przed i po są szczególnie skuteczne), filmami i linkami do innych zasobów.

### **Pomysł 15: Przedstaw złe i brzydkie**

Pomimo wszystkich frustracji, jakie powodują najgorsze scenariusze, publikują na blogu inny rodzaj postu poświęconego studium przypadku. Po prostu zrób przeciwieństwo ostatniej sekcji i skoncentruj się na stronie internetowej, produkcie lub firmie, której nienawidzisz lub jesteś sfrustrowany. W rzeczywistości może to być jeszcze bardziej interesujące, szczególnie jeśli przedmiot studium przypadku jest popularny, ponieważ będziesz sprzeczny z konwencjonalną mądrością. Podziel się swoją frustracją związaną z produktem lub usługą i powiedz, jak odnosi ona sukces pomimo niedociągnięć, i wyjaśnij, co byś zrobił inaczej. Ta ostatnia część - to, co zrobiłbyś inaczej - jest kluczowym rozróżnieniem. Widzisz, każdy może narzekać w internecie. To trochę zabawne i czasami po prostu musisz upuścić. Dlatego witryny takie jak TimeWarnerCableProblems.com istnieją od ponad siedmiu lat z rządu. Ale ci, którzy publikują na stronie, tylko narzekają. Niektórzy ludzie bezlitośnie atakują indywidualnych blogerów, przedsiębiorców lub właścicieli firm. Oni po prostu nienawidzą. Ty, z drugiej strony, możesz dać upust dojrzałości, uprzejmości i zrozumieniu - w sposób, który ostatecznie służy Twoim czytelnikom. Oto jak:

Krok 1: Jasne, zacznij od gniewnej tyrady lub frustracji.

Krok 2: Następnie porozmawiaj o tym, dlaczego tak cię to złości.

Krok 3: Następnie zaproponuj rozwiązanie problemu.

Bonus: cofnij się i spójrz na szerszą perspektywę.

Oto dwa przykłady:

W odcinku „Efektywność kontra niecierpliwość - nowojorski rant” Jim narzeka po odwiedzeniu food trucków w Portland w stanie Oregon w porze lunchu i konieczności czekania w kolejce po 50 osób przez 30 minut lub dłużej na prostą kanapkę. Nieefektywność go denerwowała, ale chodziło o coś więcej. Widząc długą kolejkę, ostatnie 10 lub 20 osób po prostu zrezygnuje i pójdzie gdzie indziej. Food truck traci pieniądze i rozczarowuje klientów. I to się działo każdego dnia! Jim powiązał to z publicznością, wskazując badania, które pokazują, że to samo dzieje się w sieci: „Na każdą sekundę, gdy osoba musi czekać na załadowanie strony w witrynie, potencjał konwersji spada o 7 procent”. Zobaczmy teraz, jak Danny mówi. W odcinku „Poważne problemy z @PayPal + List otwarty do @DavidMarcus” podaje szczegółowe sprawozdanie z wprowadzenia produktu na rynek i otrzymania przerażającego e-maila z PayPal z tematem: „Zauważyliśmy problem z Twoim kontem”. Następuje seria ślepych zaułków i zawracania, w których Danny zostawił siedem wiadomości głosowych w ciągu siedmiu dni, faks z kilkoma dokumentami i tweety do Davida Marcusa, ówczesnego prezesa PayPal.... tylko po to, by nikt nie zwracał jego wiadomości, nie otrzymywał e-maila z przypomnieniem o problemie i nie otrzymywał niejasnych odpowiedzi e-mailowych od @AskPayPal.

Pełne konto było kompletne ze zrzutami ekranu, fragmentami e-maili z powrotem i z powrotem oraz osadzonymi tweetami z Marcusem. Danny nie opublikował tego posta tylko po to, by narzekać. Korzystał ze swojego bloga, którym się zajmował, który odnosi się do swojego „megafonu” i przemawia w imieniu właścicieli małych firm, którzy cierpią z powodu niejasnych i zastraszających ograniczeń

systemu PayPal. Napisał również post, aby zwrócić uwagę Marcusa na problem, ponieważ ludzie, którzy kierują dużymi firmami, zazwyczaj nie są świadomi rzeczywistych problemów, z jakimi borykają się ich klienci. Danny kończy post pytaniem do Marcusa, które każdy właściciel firmy powinien sobie zadać: „Czy naprawdę chcesz być firmą, której klienci zostają tylko wtedy, gdy nie mają innego wyboru?” Z rant post, nie tylko wyrzucisz coś z piersi. Ty też wywołujesz dyskusję. Czasami twój rant może nawet przynieść pozytywne zmiany. W 2009 roku projektant interfejsu użytkownika o nazwisku Dustin Curtis był sfrustrowany interfejsem użytkownika witryny American Airlines. Nie tylko narzekał na to na swoim blogu, ale także zaproponował przeprojektowanie strony domowej AA.com. Na początku Curtis otrzymał tylko zwykły tweet z linii lotniczych. Następnie projektant UX i programista z American Airlines napisał do Curtisa szczegółowy list, w którym powiedział, dlaczego się z nim zgadza, ale dlaczego tak trudno było przeprowadzić takie przeprojektowanie ze względu na ogromną infrastrukturę pod witryną, a także politykę i liczbę działów, które musiałyby ważyć się na takiej zmianie. To wywołało szerszą dyskusję w społeczności projektantów, a także w witrynach takich jak Fast Company. Zajęło to trochę czasu, ale strona American Airlines została ostatecznie odświeżona. Gdy jesteś sfrustrowany produktem lub usługą, może to być po prostu okazja na świetny wpis na blogu.

### **Przepis na sukces**

- \* Pomyśl o produkcie, usłudze lub firmie, która rozczarowuje lub frustruje cię
- \* Zapisz wszystkie sposoby, które sprawiają, że temat twojej tyrady jest frustrujący.
- \* Zaproponuj rozwiązania, które spowodują zmianę, którą chcesz zobaczyć.

### **Pomysł 16: Prognozuj**

Chcesz wiedzieć, jaka będzie następna duża firma technologiczna? Ten, który zmieni świat i wystartuje jak rakieta na giełdzie? My też. Wszyscy chcielibyśmy wiedzieć, jaki będzie następny wielki przebój, który zmieni życie, podobnie jak Twój czytelnicy. Każdy chce widzieć przyszłość. I chociaż nie masz kryształowej kuli, przewidywanie z pewnością jest zabawne. Fiona Food Blogger może się zastanawiać: czy coraz więcej osób przechodzi na dietę roślinną? Dla Danny'ego pytanie może brzmieć: czy najbardziej uciążliwy i drogi system szkolnictwa wyższego upadnie do 2020 r. I zostanie zastąpiony edukacją online? Tommy Tech Blogger może zapytać: czy trend dotyczący samochodów elektrycznych jest przesadzony i czy ludzie będą trzymać się swoich pojazdów napędzanych gazem przez dziesięciolecie? Śmiało, wyjdź na kończynę. Napisz post z prognozą i baw się dobrze. Pamiętaj tylko, że nie możesz wyciągnąć swoich prognoz z powietrza. Twoje przypuszczenia muszą być wykształcone. Jest to możliwe tylko wtedy, gdy prowadzisz badania, trzymając ucho przy ziemi, na bieżąco z tym, co dzieje się w Twojej niszy, i śledząc nadchodzące i wychodzące wydarzenia. Nie chodzi o to, aby zawsze robić prawidłowe prognozy. Chodzi o to, aby umieć je uzasadnić. Więc kiedy piszesz swój post dotyczący prognozy, przedstaw swój przypadek, a następnie wykonaj kopię zapasową. Na przykład, spośród przypuszczeń na temat śmierci blogów gościnnych i innych form marketingu treści, Danny odpowiedział postem, Budowanie publiczności w 2016 i później ". Sprzeciwił się popularnej mądrości na temat budowania publiczności i marketingu treści. Teraz Danny ma wystarczającą wiedzę branżową i doświadczenie, aby tworzyć własne nieustraszone prognozy, a mimo to poparł swoje argumenty przykładami, prostą logiką („Problem nie polega na tym, że budowanie publiczności nie działa; chodzi o to, że się zajmujesz to źle ") oraz praktyczne porady. Kiedy Jim osiągnął kamień milowy 250 postów, opublikował epicki post zatytułowany „Stan branży - prognozy, zarzuty, analizy i porady dla przedsiębiorców nowych mediów". Jego przewidywania obejmowały szeroki wachlarz mediów i informacji, w tym seriale telewizyjne, filmy, Microsoft, aplikacje na smartfony, czasopisma, laptopy, samochody elektryczne i naukę online, podobnie jak kursy Udemy Mirasee. Nie musisz być weteranem branży, takim jak Danny czy Jim, aby to zrobić . Nawet jeśli dopiero zaczynasz pisać bloga dzisiaj,



dobrym pierwszym postem może być lista Twoich przewidywań i tego, w co wierzysz, aby nadać ton temu, co będziesz omawiać w nadchodzących miesiącach i latach. Albo podsumuj to, co wydarzyło się w przeszłości, i użyj tego jako wskaźnika kierunku w przyszłości. To właśnie zrobiła Lexi w poście „Marketing Lessons of 2013”. Pisała o pojawieniu się dobrych treści, wizualizacji i filmów online w zeszłym roku i przewiduje, że w przyszłości będą one tylko bardziej popularne wśród sprzedawców online. Udzielała również lekcji, aby jej czytelnicy mogli od razu podjąć działania. I jeśli nie jesteś wysoko opłacanym korespondentem, a miliony ludzi obserwują Twoje prognozy, nie traktuj siebie zbyt poważnie. W końcu niektóre z twoich przewidywań będą całkowicie chybione. Tak jak w 2010 roku, kiedy Jim przewidział upadek Facebooka... tylko po to, by w 2015 roku odkryć, że firma zarobiła 18 miliardów dolarów. Ale oto fajna rzecz. Gdy potrzebujesz kolejnego pomysłu na wpis, możesz wrócić i zobaczyć, jak sprawdzają się Twoje przewidywania - zwłaszcza jeśli masz rację. Na przykład Jim napisał kiedyś post zatytułowany „7 powodów, dla których film społecznościowy na Facebooku odniesie ogromny sukces”. Wyjaśnił, jak doszedł do tej opinii, czerpiąc z badań pisarza i reżysera oraz żartując z trwałej ondulacji Justina Timberlake'a. I oto, trzy miesiące później, liczby kas biletowych dały w sumie 225 milionów dolarów dochodu brutto na całym świecie; Jim miał rację. Odkupił się. Dla Jima miło było mieć wpis na blogu, do którego mógł się odwoływać i chwalić się miesiącami później. Wykorzystał również ten post jako okazję do podjęcia pokrewnego tematu, który był centralnym tematem w filmie: walka między skupieniem się na produkcie a skupieniem się na pieniądzu na początku startupu. Pisanie postów z prognozami może być zabawne i pouczające. Niezależnie od tego, czy będziesz miał rację, czy nie, zawsze warto rzucić wyzwanie analizie swojej niszy i opracować własne odważne przewidywania.

### **Przepis na sukces**

- \* Bądź na bieżąco z najnowszymi osiągnięciami w swojej niszy.
- \* Wykorzystaj to, czego nauczyłeś się od innych i swoje doświadczenie, aby tworzyć własne prognozy.
- \* Wspieraj swoje przewidywania przykładami, logiką i danymi.

### **Pomysł 17: Bądź krytykiem**

Trzymaj się czapki, drogi czytelniku, ponieważ w przypadku pomysłu nr 17 otrzymujesz ofertę dwa w cenie jednego. Oto dwa sposoby wykorzystania recenzji jako pomysłów na posty na blogu.

#### 1) Napisz recenzję produktu

Czy całkowicie uwielbiasz produkt lub usługę? Dla Fiony Food Blogger może to być nóż szefa kuchni, który czuje się jak przedłużenie jej dłoni i z łatwością kroi dowolne jedzenie. Dla Tommy Tech Bloggера może to być najnowszy smartwatch wyposażony w funkcje whiz-bang, które 10 razy ułatwi mu życie. Możesz od czasu do czasu urządzać na swoim blogu festyn miłośny. Podobnie jak w przypadku pomysłu nr 14, pisząc o najlepszych scenariuszach, jeśli używasz i lubisz produkt, taki, który chętnie polecasz, a następnie napisz recenzję produktu. Będziesz generować ruch od osób, które badają produkt, a jeśli zajmujesz się marketingiem afiliacyjnym, recenzowanie produktów jest dobrym sposobem promowania produktów, a jednocześnie jest uczciwe i przydatne dla czytelników. Nie musisz być zbyt kreatywny, po prostu wyjaśnij, co Ci się w nim podoba i dlaczego. Następnie napisz, co ci się nie podoba i dlaczego - w końcu żaden produkt ani usługa nie są doskonałe. Twoi czytelnicy docenią twoją szczerość. Możesz podnieść poprzeczkę, kontaktując się z firmą, mówiąc jej, jak bardzo podoba Ci się jej produkt i pytając, czy podaruje taki, który możesz rozlosować komentatorom na swoim blogu. W swojej recenzji książki „Pierwsze wrażenia: premiera autorstwa Michaela Stelznera” Lexi podsumowuje każdy rozdział i przedstawia jej opinię. Zamiast psuć książkę czytelnikom, streszczenia Lexi wzbudzają

zaciekawienie książką. Lexi jest zarówno hojna, jeśli chodzi o jej pochwały („Ta [wskazówka] przydaje się podczas moich webinarów, podczas których ciągle potrzebuję ekscytujących ekspertów do przeprowadzenia wywiadów”), jak i szczerza w swojej krytyce („Znajduję analogię do rakiety mówimy, nadmierny testosteron-y. To by całkowicie rezonowało z moim mężem, ale po prostu szumiało mi nad głową. ”) Na końcu posta ogłasza rozdawanie książek. Aby się zakwalifikować, czytelnicy muszą opublikować komentarz odpowiadający na pytanie „Jakie jest Twoje największe wyzwanie biznesowe?” Prezentacja nie tylko angażuje czytelników Lexi. Pomaga jej również lepiej je zrozumieć, co daje jej jeszcze więcej pomysłów na posty na blogu. W recenzji produktu „3 powody, by pokochać bufor dla biznesu (i 3 powody, by tego nie robić)” Lexi wyważona krytykuje subskrypcję biznesową aplikacji Buffer. Uwzględnia opinie opublikowane na blogu Buffera i wyjaśnia, kto odniósłby największe korzyści z usługi. Najważniejsze jest to, że pisze recenzję, aby pomóc swoim czytelnikom zdecydować, czy Buffer for Business byłby dla nich dobrą inwestycją. Jako maniak technologii Jim uwielbia pisać o gadżetach. Mógł bez przerwy mówić o swoich ulubionych laptopach, telewizorach, mikrofonach, aparatach i słuchawkach. W rzeczywistości napisał kiedyś artykuł zatytułowany „Najlepsze słuchawki douszne do iPhone'a”, który pozostał w pierwszej piątce rankingu Google przez trzy lata. Ale nie musisz pisać o najnowszych produktach, żeby mieć popularną recenzję. Niezależnie od tego, czy piszesz o najlepszym blenderze do koktajli, zabawkach dla dzieci czy aplikacjach do mediów społecznościowych, pomyśl o najlepszych produktach w Twojej niszy. Pisz z serca i pokaż swoim czytelnikom, dlaczego powinni się tym przejmować.

## 2) Powrót do poprzednich artykułów i przejrzyj je

Oto inny rodzaj recenzji, którą możesz zrobić, jeśli od jakiegoś czasu blogujesz i opublikowałeś wiele postów: powrót do starych, ale dobrych rzeczy na swoim blogu. Przejrzyj swoje archiwa i zrób listę ulubionych postów, których nowi czytelnicy prawdopodobnie nie przeczytali. Mogą to być posty, z których jesteś najbardziej dumny, lub te, które uzyskały największy ruch (sprawdź Google Analytics, aby się dowiedzieć). Tak czy inaczej, wróć i zaktualizuj je za pomocą:

- \* Nowe lub zaktualizowane informacje
- \* Świeże przykłady i studia przypadków
- \* Multimedia, takie jak filmy, obrazy i osadzone tweety
- \* Statystyki uzyskane od czasu napisania tego posta

Możesz też zdekonstruować posta i wyjaśnić, o czym myślałeś, kiedy go pisałeś, co zadziałało, a co nie. Jako przykład Jim udostępnił kamień milowy 100 odcinków na swoim blogu i podcastie w poście „10 lekcji wyciągniętych ze 100 odcinków podcastów”. Dwa lata to idealny czas, aby usiąść i powtórzyć, czego się nauczył. Recenzowanie produktu lub usługi i odświeżanie starszego posta to dwa najłatwiejsze sposoby tworzenia dobrego posta na blogu. To zdecydowanie wskazówka na najbardziej desperackie chwile na blogowaniu.

## **Przepis na sukces**

- \* Rozpocznij swoją recenzję od przeglądu produktu lub usługi.
- \* Mów szczerze, co lubisz, a czego nie lubisz w produkcie.
- \* Podziel się tym, co Twoi czytelnicy powinni wiedzieć, aby podjąć świadomą decyzję o produkcie.
- \* Wspieraj swoje twierdzenia za pomocą multimediiów.

\* Tchnij nowe życie w nowe posty na blogu, odświeżając je nowymi danymi, przykładami i multimediami.

### **Pomysł 18: Pokaż im, jak**

Ta rada jest przeznaczona nie tylko dla nauczycieli i rodziców. Blogerzy również postąpiliby dobrze, gdyby to posłuchali. Czytelnicy przychodzą do Twojego bloga, aby się czegoś dowiedzieć, więc jednym ze sposobów na zaangażowanie się i udostępnianie w mediach społecznościowych jest odpowiadanie na pytanie „Jak to zrobić?” Nie wystarczy udzielać porad, nieważne jak dobre. Twój post na blogu również powinien być aktywny. Nie mów tylko swoim czytelnikom, żeby coś zrobili; naucz ich, jak to zrobić. Pozwól nam pokazać, co mamy na myśli:

Kiedy Danny zaczął budować publiczność, ludzie pytali go, jak to zrobić. Jak tak szybko przeszedł z początkującego blogera do uznanego autorytetu w dziedzinie marketingu i przedsiębiorczości, który nagle jest wszędzie? Danny odpowiada na to pytanie w artykule „Jak zwiększyć ruch na swoim blogu (Jak zostałem Freddyem Kruegerem blogowania)”. Opowiada szczegółowo o tym, jak wykorzystał posty gościnne do zwiększenia ruchu w swojej witrynie. Obejmuje cztery kroki, które podąża, aby znaleźć blogi do pisania, szablon prezentacji dla redaktorów blogów oraz jego proces penetracji mikro-sieci.

Czy kiedykolwiek chciałeś zrobić infografikę, ale nie miałeś pojęcia, od czego zacząć? Jim odpowiada na to pytanie w artykule „Jak stworzyć wirusową infografikę, aby promować swoją markę”. Nie tylko informuje czytelników o korzyściach płynących z tworzenia infografiki - każdy może to zrobić. Zamiast tego Jim prowadzi ludzi przez proces jego tworzenia, od szkicowania go na papierze z projektantem, przez kilka iteracji, aż po produkt końcowy. Ale potem idzie o krok dalej. Pokazuje wynik procesu: jego infografika została odebrana przez Lifehacker i zwiększyła ruch z 50 do 5500 odwiedzających, co oznacza wzrost o 10,900%! Oto przykład dla premii za zdrowie. Czy zastanawiałeś się kiedyś: „Jak mogę ułatwić codzienne picie zielonego smoothie?” Odpowiedź Lexi znajduje się w swoim poście: „Zielone koktajle bez przepisów - łatwiejszy sposób na zdrowie”. Opisuje swoje rozwiązanie, którym jest przepis główny, który jest wystarczająco elastyczny, aby pomieścić to, co większość ludzi ma w swoich lodówkach. Następnie dzieli się dwiema odmianami tego przepisu i opisuje jej proces robienia zielonych koktajli, np. który składnik włożyć do blendera jako pierwszy i dlaczego. Można by pomyśleć, że zrobienie smoothie było tak proste, jak wrzucenie rzeczy do blendera i naciśnięcie przycisku włączenia, prawda? Zdziwiłbyś się. Jak by to wyglądało, gdyby Tommy Tech Blogger i Fiona Food Blogger skorzystali z tego pomysłu? Tommy mógłby nauczyć swojego procesu tworzenia kopii zapasowych wszystkich danych na swoich komputerach, tabletach i smartfonach. Fiona mogłaby nauczyć swój system oszczędzania na rachunkach spożywczych bez używania kuponów. Możliwości są nieskończone. Po prostu nie wpadnij w pułapkę myślenia, że wszystko, co wiesz, jest zdrowym rozsądkiem lub że wszyscy inni już wiedzą to, co wiesz. Zawsze są czytelnicy, którzy mogliby się czegoś od Ciebie nauczyć. Napisz dla nich. Ben Franklin każe nam angażować ludzi, aby się uczyli. W każdym pomysłu na tematy, o których rozmawialiśmy, od studiów przypadku i prognoz po recenzje i artykuły instruktażowe - istnieją różne sposoby aktywnego zaangażowania czytelników. Możesz zapytać ich o ich własne, najbardziej lubiane lub zniechęczone produkty, dołączyć do komentarzy lub wziąć udział w konkursie. Poproś ich, aby podzielili się swoimi doświadczeniami po wypróbowaniu tego, czego uczysz. Innym sposobem, aby pomóc czytelnikom w nauce, jest bezinteresowne, nadmierne przedstawianie jakości i przydatności postu. Odkryj swoje sekrety! Podziel się magiczną fasolą! Twoja nagroda będzie wspaniała. Kiedy Jim szukał najlepszego sposobu prowadzenia podstawowej rozmowy na dorocznej konferencji South by Southwest (SXSW), znalazł tam bardzo mało informacji. Wiedział jednak, że ludzie będą mieli pytania dotyczące formatu, więc podzielił się wszystkim, czego się nauczył, w poście na blogu. Mimo że nie przyniosło mu to korzyści, ponieważ już wygłosił przemówienie, wiedział, że pomoże to innym na kolejce. Nie była to też krzywda dla jego bloga. Ponad trzy lata po

opublikowaniu posta, gdy ktoś wyszukuje „jak ułatwić podstawową rozmowę”, jego wpis wciąż pojawia się jako pierwszy. Spraw, by Ben Franklin był dumny, zaangażuj swoich czytelników i bądź wspaniałym nauczycielem.

### **Przepis na sukces**

- \* Pomyśl o pytaniach, które często zadają ci ludzie.
- \* Podziel składniki swojej odpowiedzi: zidentyfikuj części, kroki i elementy.
- \* Użyj zdjęć, zrzutów ekranu, filmów i przykładów, aby pomóc czytelnikom samodzielnie przeprowadzić proces

### **Pomysł 19: Podziel się swoim sukcesem**

Pomyśl o sytuacji, kiedy coś poszło dobrze. Niezależnie od tego, czy była to umowa biznesowa, sesja konsultacyjna czy wprowadzenie produktu, zastanów się nad sytuacją, w której miałeś plan, poświęcałeś czas i cała ciężka praca opłaciła się. Następnie napisz post wyjaśniający, jak to wszystko się stało. Nie robisz tego, by się chwalić. Robisz to, aby wyciągnąć wnioski, których nauczyłeś się z doświadczeń - lekcje, z których mogą się również nauczyć Twoi czytelnicy. Fiona Food Blogger, na przykład, mogłaby napisać post o tym, jak zorganizowała przyjęcie dla 30 osób bez zatrudniania firmy cateringowej i bez zwariowania - a jej przyjaciele nadal o tym mówią po latach. W swoim blogu technicznym Tommy mógłby napisać post o tym, jak uzyskał pomoc techniczną w przypadku problemu ze swoim laptopem, nawet po wygaśnięciu gwarancji. W „How a Tiny Blog Landed Guy Kawasaki (and Copyblogger!)”, Danny pisze o tym, jak on, ówczesny nowicjusz w przestrzeni online, związany z Jonem Morrowem z Copyblogger, uzyskał wywiad z Guyem Kawasaki i dostał wpis na ProBlogger. Zakończył post dziewięcioma lekcjami dla blogerów. Podobny post brzmiał „Jak stworzyłem, zaplanowałem i uzyskałem sponsoring na udaną konferencję w mniej niż 60 dni”. W ponad 1300 słowach Jim dzieli się szczegółami konferencji, którą on i jego przyjaciel rozpoczęli od zera, w tym tym, co zrobili, aby ta zakończyła się sukcesem. Twój post odnoszący sukcesy nie musi dotyczyć radykalnej zmiany życia, o ile jest to coś, do czego aspirują również Twoi czytelnicy. Na przykład w artykule „7 sposobów na znalezienie pracy jako freelancer: co teraz pracujemy” Lexi opowiada o tym, jak znalazła pracę jako freelancer po dwóch latach pracy na pełny etat i całkowitego zaniedbania swojej samodzielnej praktyki pisarskiej. Jeśli więc odniosłeś jakiś sukces w swojej niszy blogowej, zanim pośpieszysz do kolejnej ekscytującej rzeczy, poświęć chwilę, aby się nią delektować - i podziel się spostrzeżeniami ze swoimi czytelnikami.

### **Przepis na sukces**

- \* Zastanów się nad czymś, co poszło dobrze.
- \* Przeanalizuj, co zadziało, a co poszło nie tak.
- \* Rysuj lekcje i spostrzeżenia, z których mogą skorzystać Twoi czytelnicy

### **Pomysł 20: Zamień niepowodzenia w posty**

Jeśli jest coś, o czym ludzie lubią czytać bardziej niż wielki sukces, to jest to ogromna porażka. Historie porażek poprawiają nasze samopoczucie: „Cieszę się, że nie jestem tutaj jedyną pokręconą osobą”. Mogą też zainspirować nas do przezwyciężenia porażek i osiągnięcia sukcesu: „Jeśli ten idiota przeżył tak wielką katastrofę, to ja też!” Post o Twoich najtrudniejszych doświadczeniach może być potężny ze względu na to, jak intensywne było dla Ciebie oryginalne doświadczenie i nie musisz wymyślać niczego oryginalnego ani kreatywnego - po prostu powiedz, jak jest (lub było), i wyjaśnij, czego nauczyłeś się

podczas tego procesu. Danny wie o tym z pierwszej ręki. Odważnie opowiada historię upadku swojej pierwszej firmy, firmy zajmującej się oprogramowaniem edukacyjnym, która rozpadła się pod ciężarem recesji i pozostawiła mu ponad ćwierć miliona dolarów długu, w artykule „Business Failure or Strategic Relocation?: It's Twoja decyzja.” To jeden z jego najbardziej udanych postów gościnnych. I podczas gdy Danny zagłębiał się w trudne czasy w jednej firmie, Jim odkrył kiedyś „Czego sześć brzydkich miejsc pracy nauczyło mnie o życiu”. Na długo przed tym, jak Jim miał szczęście znaleźć pracę w wielkich firmach, takich jak ESPN, WIRED i Mirasee, był gazeciarką, zmywarką, pracownikiem magazynu i woźnym w barze. Niezbyt efektowne, prawda? W „Update on My Income Challenge” Lexi przyznaje, że nie osiągnęła celu, który publicznie zadeklarowała na swoim blogu. „To wstyd przyznać, że zawiodłam, ale zawiodłam” - pisze. Następnie wyjaśnia, dlaczego zawiodła, ale na tym nie koniec. Opowiada o tym, co planuje zrobić, aby wrócić na właściwe tory. Sądząc po komentarzach, jej czytelnicy docenili przejrzystość Lexi w tym poście. Kluczem do dobrego postu o niepowodzeniu nie jest rozwodzenie się nad samą porażką, ale przeanalizowanie, co się stało i dlaczego, czego się nauczyłeś i co zrobiłbyś inaczej... aby czytelnicy mogli uczyć się na błędach. Wracając do naszych blogerów, w poście o niepowodzeniu Tommy Tech Bloggera może być mowa o tym, jak próbował samodzielnie naprawić ekran swojego smartfona... tylko po to, aby spowodować więcej szkód i ponieść wyższe koszty, aby go naprawić. A Fiona Food Blogger mogłaby napisać o swoich licznych nieudanych próbach upieczenia najdelikatniejszego, najbardziej puszystego, w 100% pełnoziarnistego pieczywa. Nie możesz uniknąć porażki, ale możesz zamienić ją w post na blogu.

### **Przepis na sukces**

- \* Pomyśl o sytuacji, kiedy sprawy nie poszły zgodnie z planem, nie osiągnąłeś oczekiwanych wyników i nie udało Ci się.
- \* Przeanalizuj, co się stało: Co poszło nie tak? Dlaczego się nie udało?
- \* Podziel się lekcjami, które wyciągnąłeś z porażki i tym, co zrobiłbyś inaczej, gdybyś mógł to powtórzyć.

### **Pomysł 21: Opowiedz swoją historię**

Jeśli jeszcze tego nie rozumiałeś, Twój blog to nie tylko biznes, ale także więź, którą czytelnik ma z Tobą. Ostatnim pomysłem na blog, który mamy dla Ciebie, jest opowiedzenie Twojej historii. Jeśli jesteś gotowy, aby przyspieszyć, napisz post o potężnym i głęboko osobistym doświadczeniu. W tym celu musisz sięgnąć głęboko i wyciągnąć ze swojego życia historię, która kształtuje swoje życie - taką jak kryzys, który pokonałeś - i jak dzięki temu stałeś się lepszą i szczęśliwszą osobą. Nie jest łatwo obnażyć swoją duszę. Poczujesz się nagi i bezbronny. Staniesz się celem osądu. Z drugiej strony, jeśli chodzi o tworzenie treści, jest to łatwe w tym sensie, że piszesz o czymś, co już Ci się przydarzyło. Na przykład jako weekendowy wojownik i wieloletni sportowiec Jim uważał, że jest niepokonany. Tak było, dopóki nie miał paskudnego wypadku na rowerze górskim i nie złamał sobie ręki. To doświadczenie dało mu świeże spojrzenie na media społecznościowe i relacje, o których pisze w „Dlaczego złamanie dystalnej kości ramiennej nie ma nic wspólnego z mediami społecznościowymi”. Rok później zdał sobie sprawę, jak śmieszne to narzekanie z powodu złamanej ręki, gdy przeszedł jego przyjaciel i były współpracownik. Rezultatem był kolejny post do refleksji: „8 lekcji życia od upadłego przyjaciela”. Jak to zyskać perspektywę? Inne ważne przykłady obejmują post Danny'ego Browna o jego nieudanej próbie samobójczej „Nie musisz umrzeć, by żyć”, relacja Jona Morrowa o jego dziecięcej walce o przetrwanie w „O umieraniu, matkach i walce o swoje pomysły”, Brian Clark's opowiadające o zagrażającym życiu doświadczeniu w „Snowboard, krwiak podtwardówkowy i sekret życia”. Czasami nie jest to konkretne wydarzenie, ale intensywne uczucie, które może napędzać osobisty wpis, taki jak „Dylemat pisarza-widmo” Lexi. Obnaża swoją frustrację, że pisze wspaniałe rzeczy... tylko po to, by zobaczyć, jak jej klienci dostają całe uznanie. Nic dziwnego, ten post otrzymał wiele komentarzy od jej

czytelników, z których wielu jest niezależnymi autorami. Nie chodzi o to, aby przygnębiać siebie lub swoich czytelników, ale zainspirować Cię do głębszego poszukiwania tych historii, które będą rezonować, opowieści o samym życiu. W rzeczywistości twoje historie mogą być szczęśliwe, na przykład kiedy Danny pisał na blogu o swoim hindusko-żydowskim ślubie („Nasze magiczne wesele Hin-Żydów”) i emocjonalnej kolejce górskiej radzenia sobie z bezpłodnością i wreszcie urodzeniem dziecka („Lęk i magiczne piękno rzeczy, które dzieją się we właściwym czasie ”). Dzięki postom czytelnicy Danny'ego czują się częścią jego rodziny, ponieważ poznali szczegóły jego zalotów, ślubu i podróży do rodzicielstwa. Czasami możesz powiązać te historie z życia z lekcjami dla swoich czytelników. Ale innym razem po prostu chcesz podzielić się doświadczeniem lub wglądem. Tak czy inaczej, pamiętaj, że jeśli nie możesz napisać czegoś użytecznego, musisz przynajmniej być zabawnym.

### **Przepis na sukces**

- \* Przyjrzyj się swoim doświadczeniom życiowym, aby znaleźć najbardziej intensywne wydarzenia, które mogą wywołać silną reakcję emocjonalną ze strony czytelników.
- \* Użyj elementów, aby uczynić swój post zabawnym, niezależnie od tego, czy będzie to dramat, tragedia czy komedia.
- \* Jeśli to możliwe, postaraj się, aby post był odpowiedni dla swoich czytelników, wskazując, czego mogą się nauczyć z twojego doświadczenia