

## **Tworzenie świetnych treści**

Wiele elementów współpracuje ze sobą, aby blog odniósł sukces, od dobrze zaprojektowanego układu po fantazyjne widżety techniczne, ale żaden z tych elementów nie może zastąpić dobrej treści skierowanej do właściwych odbiorców. W rzeczywistości, jeśli piszesz (lub podcastujesz, robisz zdjęcia lub produkujesz wideo) niesamowicie dobrze i docierasz do czytelników, których interesuje Twój styl i treść, możesz odnieść sukces, nie poświęcając dużo czasu na wygląd swojego bloga. Niesamowita treść może nawet sprawić, że czytelnicy wybaczą niezręczny interfejs lub brakujące dzwonki i gwizdki. Jeśli więc nie robisz nic innego, aby Twój blog odniósł sukces, skup się na tworzeniu świetnych treści. Dowiedz się, czego chcą Twoi odbiorcy i dostarczaj je konsekwentnie. Większość blogów zawiera element pisany lub jest oparta głównie na słowach, więc ten rozdział zawiera wskazówki dotyczące dobrego pisania w sieci i zrozumienia, czego Twoi odbiorcy oczekują od Twojego bloga. Podczas gdy wszystkie inne aspekty blogowania, od wyboru odpowiedniej platformy po promowanie swojego bloga w mediach społecznościowych, są z pewnością ważne, treść nadal jest królem. Z tego powodu zamierzam poświęcić sporo czasu w tym rozdziale, pokazując, jak ważne jest udostępnianie świetnych treści swoim odbiorcom. W tym rozdziale używam słowa konkurenci, gdy opisuję innych blogerów, którzy zajmują się tym samym obszarem tematycznym co Twój blog lub próbują dotrzeć do tych samych odbiorców, których chcesz przyciągnąć. Pamiętaj, że w blogosferze atmosfera jest bardzo oparta na współpracy, co oznacza, że konkurenci mogą być również przyjaciółmi, kontaktami, okazjonalnymi współtwórcami Twojego bloga, uczestnikami w obszarze komentarzy i dobrymi źródłami informacji. Więc kiedy mówię o konkurentach, robię to w najbardziej przyjaznym znaczeniu tego słowa!

## **Poznaj swoich odbiorców**

Po pierwsze: jak dobrze znasz swoich odbiorców? Czy trafiasz we właściwe notatki, aby przyciągnąć czytelników, których chcesz w takiej ilości, jaką chcesz? A jeśli jeszcze nie rozpoczęłeś swojej przygody z blogowaniem, kto jest twoją grupą docelową? Nie wszyscy blogerzy dbają o liczbę czytelników, których pozyskują, ale zależy im na tym, aby ich słowa miały właściwe oczy. Niezależnie od tego, czy masz obsesję na punkcie liczby, czy po prostu koncentrujesz się na swojej niszy, musisz zrozumieć swoich odbiorców i czego szukają Twoi czytelnicy. Możesz uzyskać wyobrażenie o swoich odbiorcach poprzez

»»Korzystanie z oprogramowania statystycznego do śledzenia liczby odwiedzających Twój blog i odwiedzanych przez nich postów

»»Zwracanie uwagi na treści, które wywołują największą i najlepszą reakcję czytelników (lub odpowiedź, której oczekujesz, nawet jeśli nie jest ona największa)

»»Przeglądanie blogów innych osób w Twojej dziedzinie, aby zobaczyć, czego możesz się dowiedzieć z ich aktywności w komentarzach, rankingów w wyszukiwarkach i innych danych

Być może będziesz musiał trochę poczekać na statystyki i komentarze, ale możesz łatwo przeglądać blogi innych, nawet jeśli wciąż rozwijasz własny blog. Szczegółowo o pomiarze ruchu w witrynie i statystykach omówię w rozdziale 19, więc przejdź tam, jeśli chcesz dowiedzieć się więcej o czytelnikach, których już masz.

## **Znajdowanie konkurencji**

Aby znaleźć swoich konkurentów, musisz najpierw zdefiniować własną niszę. Nie jesteś pewien swojej niszy? Twoja nisza składa się z tego, o czym piszesz, tematów, które poruszasz i jakich słów używasz najczęściej w swoich postach. Używasz tych słów kluczowych, aby opisać siebie, a odwiedzający

używają ich, aby Cię znaleźć, gdy przeprowadzają wyszukiwanie w Google, Yahoo!, Bing lub innej wyszukiwarce. Użyj tych opisowych słów (oraz słowa blog), aby znaleźć blogi, które mają podobną treść do Twojej. Możesz także skorzystać z jednej z wyszukiwarek i katalogów blogów, takich jak samozwańcza najstarsza lista blogów, Blogarama ([www.blogarama.com/en/](http://www.blogarama.com/en/)), Bloggernity ([www.bloggernity.com](http://www.bloggernity.com)), Katalog blogów ([www.blogcatalog.com](http://www.blogcatalog.com)), Blogging Fusion ([www.bloggingfusion.com](http://www.bloggingfusion.com)), Best of the Web ([www.botw.org](http://www.botw.org)) lub Twingly ([www.twingly.com](http://www.twingly.com)).

### **Odkrywanie sekretów sukcesu**

Poświęcanie czasu na czytanie blogów konkurencji daje Ci nie tylko szansę na zorientowanie się, o jakich tematach blogują, ale także w jaki sposób docierają do swoich odbiorców. Twoi konkurenci mogą nie prowadzić blogów w najbardziej efektywny sposób. Patrząc na te blogi, zdecyduj, czy Twoi konkurenci rzeczywiście skutecznie docierają do swoich odbiorców, czy też nie. Na przykład, czy ich posty na blogu otrzymują dużo komentarzy? Czy ich treści były często udostępniane w serwisach społecznościowych? Czy ich posty są czytelne, czy też zawierają niezdarne błędy gramatyczne. Odwiedzając te blogi, prowadź dziennik swoich wrażeń. Obejrzyj poniższe informacje, aby dowiedzieć się, jak ci blogerzy radzą sobie z publikowaniem i docieraniem do odbiorców:

\* Jak często bloger publikuje nowe treści na blogu: Częstotliwość publikowania postów na blogu to wielka sprawa. Każdy bloger może powiedzieć Ci, abyś pisał „często”, ale prawie żaden nie może Ci powiedzieć, co to naprawdę oznacza. O tym, jak często powinieneś pisać, powiem więcej w sekcji *Dobre i częste pisanie* w dalszej części tego rozdziału, ale możesz zbadać ten pomysł, zwracając uwagę na to, jak często twoi konkurenci publikują na swoich blogach. Czy codziennie tworzą nowe posty, czy nawet kilka razy dziennie? A może zamieszczają posty kilka razy w tygodniu, a nawet raz w tygodniu? Kiedy stajesz się czytelnikiem tego bloga, czy chcesz mieć więcej treści, czy mniej?

\* Gdy bloger publikuje i udostępnia posty na blogu: pora dnia może mieć zaskakujący wpływ na to, jak czytelnicy otrzymują posty na blogu. Musisz dotrzeć do odbiorców, gdy prawdopodobnie siedzą przy swoich komputerach, patrzą na telefony lub sprawdzają pocztę e-mail i media społecznościowe. Jeśli Twoimi odbiorcami są maklerzy giełdowi, postaraj się, aby nowe treści były dostępne tuż przed rozpoczęciem godzin pracy na Wschodnim Wybrzeżu, a nie w porze obiadowej na Zachodnim Wybrzeżu. Jeśli kierujesz reklamy do nastolatków, postaraj się publikować przed godzinami lekcyjnymi lub po nich, a nie wtedy, gdy siedzą w klasie. (Teoretycznie w tym momencie odrabiają lekcje i nie surfują po Internecie!) Jasne, Twoi czytelnicy mogą odwiedzić Twojego bloga w dowolnym momencie i odebrać treści, które opublikowałeś w środku nocy, ale zawartość online jest stale odświeżana. Jeśli Twoje treści mają kilka godzin, zanim czytelnicy odbiorą telefony, mogą zostać pochowane pod nowszą treścią.

\* Długość postów na blogu: możesz być zaskoczony, wiedząc, że idealna długość posta na blogu jest tematem gorących dyskusji wśród doświadczonych blogerów. Niektórzy blogerzy przysięgają na krótki i słodki przepis, który kieruje większością pisania w Internecie: posty na blogu powinny szybko przechodzić do sedna i umożliwiać czytelnikom powrót do swoich pracowitych dni z potrzebnymi informacjami. Inni uważają, że dłuższe posty – nawet eseje – wykonują swoją pracę, utrzymując czytelników na stronie dłużej i zapewniając bardziej przemyślany komentarz. Temat Twojego bloga, apetyt odbiorców i dostępny czas łączą się, aby dyktować naturalną długość Twoich postów na blogu. Patrząc na blogi konkurencji, możesz określić liczbę słów, które uważają za optymalne w poście na blogu, co możesz wykorzystać jako punkt wyjścia dla swojego bloga.

\* Gdy bloger łączy się z zewnętrznymi witrynami: Tworzenie linków do innych blogów i witryn to świetny sposób na słuzenie czytelnikowi. Wskazując inne źródła informacji, a nawet inne blogi, pomagasz im lepiej poznać Twój temat i utrzymujesz w nim zaangażowanie. Kiedy więc twoi konkurenci

decydują się na umieszczanie linków do innych witryn i do jakich witryn prowadzą linki? Czy linki mają na celu rozrywkę, edukację lub informowanie? Czy linki są zawarte w tekście posta, czy też są rozbite na końcu? Co sprawia, że sam klikasz link?

\* Gdy bloger zwraca się bezpośrednio do swoich odbiorców: Wielu blogerów używa bardzo osobistego stylu pisania, który bezpośrednio zwraca uwagę czytelnika, tak jak robi to ta książka. Możesz cieszyć się bezpośrednim kontaktem z blogerem, ponieważ rozmowa jest bardziej osobista. Albo, w zależności od tematu bloga, bardziej odpowiednie jest bardziej formalne, niemal akademickie podejście. Tak czy inaczej, sprawdź, jak konkurencja radzi sobie z tym problemem. Kiedy proszą czytelników o wkład lub informację zwrotną i jak formułują te prośby? Czy czytelnicy rzeczywiście reagują, a jeśli tak, to na jakie podejścia?

\* Wykorzystanie multimediiów, takich jak zdjęcia, audio i wideo: Zdjęcia, grafika i filmy stały się przez lata równie ważne jak słowa w świecie blogowania. Zobacz, jak Twoi konkurenci umieszczają multimedia na swoich blogach. Czy używają zdjęć do zilustrowania pomysłów w postach, czy tylko do przyciągnięcia wzroku? A co z osadzonymi treściami wideo? Czy posty z tymi dodatkami otrzymują więcej komentarzy czy mniej? Czy posty z większą liczbą zdjęć wydają się być częściej udostępniane w mediach społecznościowych? Lubisz otrzymywać w nich informacje, inne formaty lub uważasz, że rozprasza Cię?

\* Posty, które otrzymują wiele komentarzy, i posty, które są bardzo mało: blog, który otrzymuje wiele komentarzy, sygnalizuje, że bloger oddziałuje na swoich odbiorców – nawet jeśli tylko po to, by rozwścieczyć użytkowników. Blog, który nie ma lub nie ma komentarzy, prawdopodobnie po prostu pozostawia ludzi bez wyrazu (a może nawet nie jest czytany). Większość blogerów nie otrzymuje setek komentarzy za każdym razem, gdy publikują. Niektóre posty na blogu po prostu uzyskują lepsze odpowiedzi niż inne, a częścią tego, co sprawia, że blogerzy odnoszą sukcesy, jest możliwość dowiedzenia się, co sprawia, że te posty naprawdę działają, aby mogli powtórzyć sukces. Obserwuj blogi konkurencji, aby zobaczyć, kiedy post otrzymuje dużą odpowiedź i zobacz, jaki rodzaj odpowiedzi otrzymuje. Uważaj też na posty, na które nie ma odpowiedzi. Spróbuj dowiedzieć się, dlaczego te posty nie działały, aby nie popełnić tego samego błędu!

\* Styl pisania blogera: blogerzy muszą mieć dobrą treść, a dla większości blogerów sprowadza się to do posiadania przystępnego i czytelnego stylu pisania. W przypadku blogów z Twojej niszy, które przyciągają uczestnictwo i dobrą prasę, jakiego stylu używa bloger? Osobisty? Profesjonalny? Humorystyczny? Jaki ton przemawia do czytelników i sprawia, że wracają na bloga raz po raz? Jakie podejście uważasz za bardziej czytelne i angażujące?

\* Jak często bloger tworzy sponsorowane treści: wielu blogerów zarabia na partnerstwie z klientami w celu tworzenia tak zwanych treści sponsorowanych. Treść ta jest często łatwa do wykrycia, ale zawsze powinna zawierać również informację, że bloger otrzymał zapłatę w zamian za post. (Przeczytaj więcej o sponsorowanych treściach w rozdziale 20.) Dla większości blogerów znalezienie równowagi między treściami organicznymi a treściami sponsorowanymi jest trudnym przedsięwzięciem. Zanotuj, kiedy odwiedziłeś bloga i stwierdziłeś, że treść jest zbyt ciężka w sponsorowanych postach. Jak często Twoim zdaniem było to zbyt często?

Wykorzystaj te same punkty analizy na swoim własnym blogu. Po pewnym czasie działania bloga spójrz na swoje treści z tym samym krytycznym okiem, z którym patrzysz na konkurencję. Co robisz dobrze? Co robisz niepoprawnie? To ćwiczenie może być trudne do wykonania. Jestem pewien, że pokochasz swoje treści, gdy je po raz pierwszy stworzysz; w końcu nikt nie zamierza pisać złego posta na blogu! Mimo to niektóre z Twoich postów będą prawdopodobnie bardziej popularne wśród czytelników niż inne, a jeśli dowiesz się, dlaczego niektóre posty działają lepiej niż inne, możesz powtórzyć ten sukces

w kółko. W rzeczywistości rozwijanie krytycznego spojrzenia na własne treści może naprawdę pomóc w osiągnięciu sukcesu na blogu: to medium nie pozostaje w miejscu i musisz dostosować swój styl i treść, podczas gdy Twoi odbiorcy rosną i zmieniają się. Zastanów się nad przeprowadzeniem tego rodzaju ankiety na temat swoich treści kilka razy w roku, aby upewnić się, że jesteś na bieżąco z osobami, których chcesz przyciągnąć, nawet jeśli celujesz tylko w swoją najbliższą rodzinę. Jeśli uważasz, że przeglądanie własnych treści przez tego rodzaju obiektyw jest trudne, ale masz przyjaciela lub dwóch, którzy rozumieją to, co robisz i mogą spojrzeć na to krytycznie, poproś ich o recenzję witryny. Pamiętaj tylko, że udzielają Ci opinii i porad, ale od Ciebie zależy, czy wdrożysz cokolwiek z tego!

### **Profilowanie odbiorców**

Po zakończeniu analizy konkurencji (którą wyjaśniam, jak to zrobić w poprzedniej sekcji) i po przejrzeniu własnych sukcesów i porażek w zakresie treści, wyobraź sobie swoich odbiorców oczami wyobraźni. Stwórz jasną wizję tego, kto jest wśród Twoich odbiorców. Jeśli w tym momencie nie masz odbiorców, do których kierujesz reklamy, stwórz obraz tego, kogo chcesz wśród swoich odbiorców. W rzeczywistości nie musisz jednak rysować obrazu. Możesz utworzyć ten profil słowami, które opisują cechy idealnego członka grupy odbiorców. W tym profilu możesz umieścić wszystko, co chcesz, od rozmiaru buta po osobiste zawieszanie się — każdy szczegół, który pomoże ci lepiej poznać tę osobę i stworzyć dla niej treść na swoim blogu. Nie mów po prostu: „Moi idealni odbiorcy to każdy, kto jest zainteresowany [tu wstaw temat swojego bloga]”. Już to wiesz. W przeciwnym razie ta osoba nie byłaby na Twoim blogu. Chcesz uchwycić wszystkie szczegóły, które sprawiają, że ta osoba jest inna, wyjątkowa i interesująca. Niektóre koncepcje i fakty do zbadania w profilu odbiorców obejmują

»»Wiek

»»Płeć

»»Charakter ich zainteresowania Twoim tematem (na przykład rodzinne, osobiste, emocjonalne lub zawodowe)

»»Położenie geograficzne i bliskość Ciebie lub tematu Twojego bloga

»»Styl życia (na przykład pracoholik, domownik, emeryt, podróżnik itd.)

»»Zawód

»»Poziom edukacji

""Stan cywilny

»»Zainteresowania i hobby

»»Zakres dochodów

»»Skłonności polityczne

Kiedy masz pod ręką profil czytelnika, możesz lepiej kierować się tym, o czym zdecydujesz się pisać i jak zwracasz się do tej grupy odbiorców.

### **Pisanie dla określonej grupy odbiorców**

W Części 1 opowiadałam o idei super-skoncentrowanych blogów, które zaspokoją bardzo specyficzną publiczność, taką jak amerykańskie przedmieścia, które posiadają mdlejące kozy. Z biegiem czasu blogowanie ewoluowało od stylu pisania głównie opartego na dziennikach, który obejmował dowolną

liczbę tematów, do konkurencyjnego medium internetowego, w którym tematy superniszowe są w stanie przebić się przez szum, aby znaleźć popularność wśród czytelników superniszy. Możesz dołączyć do blogosfery, ponieważ masz pasję do pisania, a nie dlatego, że masz nadzieję na zdobycie ogromnej liczby obserwujących w Internecie. Jeśli to Cię opisuje, możesz zignorować wszystko, co właśnie przeczytałeś o poznaniu swoich odbiorców. Twoim głównym celem może być poznanie siebie jako pisarza! Ale jeśli jesteś głęboko zainteresowany powiększaniem grona odbiorców i być może przekształceniem blogowania w źródło dochodu, rozważ wybór tematu dla swojego bloga – i dla pisania – które celowo przyciąga określoną grupę odbiorców, która Twoim zdaniem jest gotowa i czeka na treści takie jak Twoje.

### **Pisanie dobrze i często**

Dwa z wielu składników udanego bloga to dobra i często aktualizowana treść. Ale co tak naprawdę oznacza dostarczanie dobrych i częstych treści? Dobre treści przekonują, zaspokajają bezpośrednie zainteresowania czytelników, ale pozostawiają ich głodnych więcej. Pomyśl o wpisie na blogu jak o przystawce: powinien zaostrzyć apetyt, pobudzić paletę i podtrzymać kolację do następnego dania. Nie chcesz dawać swoim czytelnikom „corocznej kolacji z okazji Święta Dziękczynienia” – chcesz, aby wracali, wracali wkrótce i wracali często. Czy wspominałem, jak ważna jest dobra treść dla udanego bloga? Jeśli masz nadzieję przebić się do świata lubianych i często odwiedzanych blogów, musisz znaleźć sposób, by wznieść się ponad zgiełk milionów postów na blogach. I nawet jeśli planujesz blogować przede wszystkim dla własnej przyjemności, z pewnością będziesz chciał być dumny z tworzonych treści. W kolejnych sekcjach przeprowadzę Cię przez różne sposoby tworzenia treści, z których możesz być dumny i które, masz nadzieję, przyciągną czytelników do Twojej pracy. Chociaż ważne jest, aby aktualizować swoje treści na tyle często, aby czytelnicy nie zakładali, że porzuciłeś swojego bloga, nie chcesz również zasypywać ich nową treścią - lub, co gorsza, zmuszać się do pisania przeciętnej treści tylko po to, aby coś opublikować.

### **POSZANOWANIE PRAW AUTORSKICH**

Z reguły wszystko, co widzisz w Internecie, jest chronione prawem autorskim. Prawo autorskie brzmi dokładnie tak, jak brzmi: skupia się na „prawie do kopiowania” oryginalnego dzieła. Prawo autorskie chroni autora, przyznając to prawo wyłącznie jemu lub jej. O ile twórca obrazu lub zdjęcia nie udzieli Ci wyraźnej licencji na swoje prawa autorskie, nie możesz ich ponownie wykorzystać, nawet jeśli podasz autorowi autora lub link do oryginalnej historii. (Ta zasada dotyczy również tekstu, zdjęć i filmów). Ale ta zasada ma kilka wyjątków: możesz zacytować artykuł lub post na swoim blogu, jeśli używasz tylko jego części i pod warunkiem, że tego nie zrobisz. nie przyjmuj uznania za pracę. Komentarz i krytyka pozwalają również na wyciągnięcie fragmentu tekstu lub innej pracy. Ale nie myśl, że tylko dlatego, że jesteś tematem historii lub posta na blogu, masz prawo ponownie opublikować cały artykuł na swoim blogu lub stronie internetowej. Ty nie. W razie wątpliwości zapytaj i uzyskaj pozwolenie. Na [www.copyright.gov](http://www.copyright.gov) zdobądź towary, których możesz używać na swoim blogu, bez naruszania prawa, które chroni treści innych autorów. Szczególnie warto zapoznać się z obszarami dotyczącymi dozwolonego użytku, zwłaszcza jeśli planujesz pisać recenzje.

### **Bądź sobą**

Blogowanie jest dość osobistym, konwersacyjnym medium, a blogi tekstowe mają silne poczucie autora i jego osobowości. Pierwsze blogi były właściwie pamiętnikami internetowymi, a nawet dzisiaj większość blogerów decyduje się na używanie w swoich postach słów takich jak ja lub mój, tworząc intymną i otwartą atmosferę - nawet na blogach firmowych. To pismo pierwszoosobowe różni się diametralnie od większości komunikacji korporacyjnej, która w najlepszym przypadku odnosi się do firmy tak, jak nasza, a w najgorszym tylko odnosi się do firmy jej pełną i oficjalną nazwą. Pisanie w

pierwszej osobie nie jest tak łatwe, jak się wydaje (lub czyta). W końcu wiele osób poświęca lata na szkolenie w zakresie bardziej formalnego pisania i często wytwarzają wszelkiego rodzaju dokumenty, w których pisanie w pierwszej osobie jest zdecydowanie nieodpowiednie: notatki, raporty, wiadomości, faktury i tak dalej. Możesz mieć problem ze znalezieniem autentycznego, prawdziwego głosu, który naprawdę będzie Ci odpowiadał. Moja najlepsza rada to po prostu ćwiczyć, ćwiczyć, ćwiczyć. Jeśli chcesz, aby Twój blog miał swobodny ton, pomyśl o swoich postach na blogu jak o listach lub e-mailach. Mów bezpośrednio i prosto, tak jak w osobistej notatce lub liście. Staraj się nie zastanawiać nad swoimi słowami, ale nie wchodź bezpośrednio w strumień świadomości (który jest zabawny w pisaniu, ale trudny do odczytania). Nie bój się okazywać emocji w swoich postach na blogu. W rzeczywistości niektóre z najpopularniejszych treści, jakie kiedykolwiek stworzyłem, wynikały z ekstremalnych emocji: radości, żalu, złości. Częścią tego, co sprawia, że blogi są tak popularne, jest to, że czytelnik może odnieść się do autora. Najlepszym sposobem, w jaki ludzie mogą się z tobą kontaktować, jest bycie sobą i nie powstrzymywanie się. Blogger Heather Solos z Home-Ec 101 ([www.home-ec101.com](http://www.home-ec101.com)) zbudowała swoją markę na postach o tym, jak czyścić, gotować i naprawiać. Ale kiedy tragicznie straciła siostrę w wyniku samobójstwa, Heather otworzyła swoje serce swoim czytelnikom w poście na blogu „Śmierć, oddawanie organów i tkanek oraz żal”. Społeczność Heather zebrała się za nią, pokazując swoje wsparcie prawie dwustu komentarzami do postów. Natomiast Erin Lane z A Parenting Production ([www.aparentingproduction.com](http://www.aparentingproduction.com)) często pisze o tym, co osobiste na swoim blogu dla rodziców, ale od czasu do czasu pozwala sobie zagłębić się jeszcze głębiej w takie tematy, jak walka z wizerunkiem ciała. Przypomnij sobie stare powiedzenie: Nie możesz rozbroić dzwonka. Nawet jeśli w swoich pismach okazuję bardzo prawdziwe, a czasem surowe emocje, jestem ostrożny, aby nie wypuścić na świat czegoś, co mógłbym chcieć później cofnąć. Staram się na przykład unikać niechcianych postów z reklamami. Jest różnica między słusznym oburzeniem a marudzeniem. Rozważ umieszczenie swoich najbardziej emocjonalnych treści w folderze wersji roboczych na 24 godziny przed uruchomieniem publikacji, aby upewnić się, że nadal chcesz się dzielić po przejściu początkowego zalewu emocji. Jedną z moich ulubionych technik zwiększania czytelności moich postów na blogu jest czytanie mojego posta na głos. Jeśli brzmi to blisko czegoś, co mógłbym powiedzieć w rozmowie, to pasuje do posta na blogu – przynajmniej na moim blogu. Jeśli prowadzisz bloga nieformalnego i konwersacyjnego, nadal nie powinieneś ignorować pisowni, gramatyki i struktury zdań. Niektórzy blogerzy wybierają nieedytowane podejście, ale pamiętaj, że ludzie mają więcej problemów, a nie mniej, czytając źle sformułowane pismo. Jeśli masz profesjonalnego bloga lub masz nadzieję na zarabianie na swoim blogu, zdecydowanie musisz zwracać uwagę na pisownię i gramatykę, ponieważ te drobne szczegóły wpływają na twoją wiarygodność. Wyświadczyć swoim czytelnikom przysługę - skorzystaj z funkcji gramatyki i sprawdzania pisowni swojego edytora tekstu - a także dokonaj korekty.

### **Znajdowanie nagród w długich postach**

Problem polega na tym, że blogosfera nie zawsze nagradzała długie posty na blogu. W rzeczywistości, gdy przenieśliśmy się do kultury, która preferuje szybkie, łatwe do skonsumowania treści, łatwiejsze do oglądania na naszych smartfonach z mniejszą liczbą znaków i większą liczbą obrazów, zaczęło się wydawać, że czasy czytania rozwlekłych postów minęły dodo. Ale poczekaj! Ostatnie badania SEO (optymalizacja pod kątem wyszukiwarek) pokazują, że wyszukiwarki, takie jak Google i Bing, w rzeczywistości nagradzają długie posty na blogu za krótkie treści zawierające mniej słów. Nie polecam, aby każdy wpis, który napiszesz, był manifestem, który pojawia się na stronach i stronach, ale faktem jest, że wpis na blogu zawierający około 1750 słów wydaje się być najlepszym miejscem na przyciągnięcie czytelników do Twojego bloga za pośrednictwem ruchu w wyszukiwarkach. Jednak słowa, które wybierzesz do swoich długich postów na blogu, nadal mają znaczenie. Idealnie byłoby, gdybyś przyciągnął tych odwiedzających wyszukiwarkę i zatrzymał ich tam przez cały czas trwania

posta, może nawet zachęcając ich do klikania w Twojej witrynie i czytania dodatkowych treści. To, co mówisz, nadal ma znaczenie tak samo, jak to, jak to mówisz. . . lub ile czasu zajmie Ci wypowiedzenie tego. Jednym z najlepszych sposobów, aby dłużej zatrzymać czytelnika na swoim blogu, jest przedstawianie mu innych powiązanych treści w witrynie na końcu każdego posta. Z pewnością możesz stworzyć te objaśnienia i linki ręcznie za pomocą prostego tekstu i hiperłączy, ale są też świetne, bezpłatne wtyczki, takie jak Jetpack, AddThis i Inline Related Posts, które zrobią to za Ciebie!

### **Zapamiętywanie korekt i edycji**

Czas spowiedzi. W swoich czasach byłem nauczycielem angielskiego, zanim wskoczyłem na pełny etat do świata online, a słaba gramatyka nadal jest moim ulubionym irytacją. Lubię poprawnie używane przecinki i prawdopodobnie zawsze mogę wyjaśnić, dlaczego każdy przecinek jest poprawny. Chociaż wiem, że typowego czytelnika bloga nie interesuje poprawna gramatyka lub poprawna pisownia – a może dokładniej moja niechęć do błędów – tak pozostają ważne, aby dobra treść była podparta staranną korektą i rozsądną redakcją. Na początek większość programów do blogowania i wszystkie programy do edycji tekstu są wyposażone w narzędzia do sprawdzania pisowni. Nie ignoruj po prostu falistych czerwonych linii pod twórczo napisanymi słowami! Poświęć trochę czasu na poprawienie pisowni w swoich postach, nawet tych najbardziej nieformalnych. Korekta wykracza poza zwykłą pisownię słów. Kiedyś zleciłem klasie angielskiego w liceum zadanie porównania wersji filmowej i książkowej tej samej historii. Wyobraź sobie mój szok, gdy jeden z uczniów wręczył mi gazetę porównującą filmową dziewczicę z książkową dziewczicą. W swoim pospiesznym pisaniu nie zdawał sobie sprawy, że jego palce pisują inną wersję podobnie brzmiącego słowa. A ponieważ dziewczęctwo jest słowem poprawnie napisanym, nie było żadnych czerwonych, krętych linii, które mogłyby uratować ten dzień. Wiele zakłopotania można uniknąć, uważnie czytając swoje pismo przed opublikowaniem. Gorąco polecam przeczytanie sobie na głos swoich słów! Wiele błędów zostało wyłapanych przez zamianę słowa pisanego na słowo mówione. Jedna wskazówka: jeśli masz tendencję do pracy w kawiarniach lub wspólnych miejscach pracy, możesz poczekać, aż znajdziesz się w bezpiecznym domu, zanim zastosujesz tę radę w praktyce. Czym więc edycja różni się od sprawdzania pisowni i korekty? Cóż, pomimo mojej wcześniejszej zachęty do pisania długich postów na blogu z prawdziwą głębią, nadal dobrym pomysłem jest edytowanie słów pod kątem takich cech, jak jasność myśli, pominięte punkty, niepotrzebne powtarzanie i tak, niepotrzebna długość. Chociaż zachęcam Cię do powiedzenia wszystkiego, co chcesz powiedzieć – w końcu jest to Twój blog – musisz być świadomy tego, w jaki sposób Twoi czytelnicy otrzymają Twój tekst, jeśli chcesz, aby zostali Twoimi czytelnikami.

### **Poleganie na kalendarzu treści**

W Części 1 wspomniałem o użyciu kalendarza treści. Podczas gdy blogowanie zaczęło się jako medium swobodnie płynące, skupiające się na osobistym opowiadaniu historii i dziennikarstwie, wielu blogerów obecnie woli bardziej uporządkowaną strukturę swojego blogowego życia. Jednym z popularnych narzędzi do blogowania jest kalendarz treści, sposób na planowanie przyszłych treści. Kalendarze treści to świetny sposób na zachowanie spójności i porządku w blogu. Zapewniają one możliwość szybkiego zobaczenia nadchodzących treści, pomagając znaleźć idealne miejsce na pomysły na treści z ostatniej chwili lub treści sponsorowane. Oferują również sposób na uporządkowanie swoich przemyśleń na temat przyszłych postów w tych momentach, w których masz przyływ kreatywności. Kiedy przychodzi blok pisarski, jak to ma miejsce od czasu do czasu dla nas wszystkich, ładnie wypełniony kalendarz treści może być odpowiedzią na twoje modlitwy! Czy słyszałeś pojęcie wieczne zielone treści? Niektóre posty na blogu wytrzymują próbę czasu! Jeśli masz miejsce w swoim kalendarzu treści i nie możesz wymyślić nowego pomysłu na post, zastanów się nad recyklingiem posta z przeszłości, który wtedy dobrze Ci odpowiadał. Proponuję rozpocząć takie reposty od czegoś w stylu: „Ten post został pierwotnie opublikowany w &hellip;”. Oprócz utrzymywania porządku i zapewniania

wyjścia z suszy pomysłów, kalendarz treści jest świetną okazją do stworzenia strategii bloga. Czy próbujesz ugruntować pozycję autorytetu w określonej dziedzinie? Twój kalendarz treści może działać jako plan ataku. Rozważasz wykorzystanie postów gości od innych pisarzy? Kalendarz treści pomaga zapewnić tym autorom wystarczająco dużo czasu na realizację, aby mieli dla Ciebie post, gdy go potrzebujesz. Tworzenie kalendarza treści nie musi być skomplikowane. Jestem wielkim fanem pobierania i drukowania bezpłatnych szablonów kalendarzy online do wszystkiego, od wizyt lekarskich moich dzieci po harmonogramy treningów drużyn sportowych. Drukuję je nawet na staromodnym papierze! Dostępnych jest wiele narzędzi, takich jak internetowe narzędzie do organizacji projektów Trello ([www.trello.com](http://www.trello.com)) oraz aplikacja do organizacji Evernote ([www.evernotes.com](http://www.evernotes.com)). Jeśli jesteś bardziej użytkownikiem narzędzi internetowych niż osobą typu pióro i papier, sugeruję zacząć od bezpłatnego narzędzia kalendarza w pakiecie produktów Google. Kalendarz Google umożliwia tworzenie prostego i zrozumiałego kalendarza treści z łatwymi do powielenia powtarzającymi się postami. Wystarczy wpisać adres e-mail, aby udostępnić swój kalendarz współautorom, a nawet zaprosić współtwórców gości do dodania do kalendarza. Aby skonfigurować Kalendarz Google, wykonaj następujące czynności:

1. W przeglądarce internetowej przejdź na stronę [www.google.com/calendar](http://www.google.com/calendar).
2. Zaloguj się do swojego konta Google lub utwórz nowe, bezpłatne konto Google. Jeśli korzystasz już z Kalendarza Google w innych aspektach swojego życia, rozważ utworzenie nowego konta z adresem e-mail powiązaniem z Twoim blogiem, takim jak [twojanazwabloga@gmail.com](mailto:twojanazwabloga@gmail.com). Google umożliwia tworzenie różnych oddzielnych kalendarzy w ramach jednego konta, ale oddzielne konto może być pomocne dla jasności.
3. Wybierz Nowy kalendarz z menu na lewym pasku bocznym. Pamiętaj, że aby uzyskać dostęp do tej opcji, musisz kliknąć wielokrotnie.
4. Nazwij i opisz swój nowy kalendarz
5. Kliknij Utwórz kalendarz.
6. Przejdź do ustawień kalendarza na lewym pasku bocznym, aby dostosować ustawienia kalendarza.

### **Przyciąganie czytelników**

Długo i ciężko zastanawiałeś się nad swoimi potencjalnymi odbiorcami i treściami, które chcesz im przekazać, ale jak możesz wykorzystać te treści, aby ich przyciągnąć? W idealnym przypadku z czasem zbudujesz reputację świetnego twórcy treści. Możesz także zbudować obserwowanie w mediach społecznościowych, które zapewnią Ci miejsce do udostępniania linków do najnowszych treści. Możesz nawet zbudować bazę danych e-mail, w której będziesz mógł wysyłać nowe treści podczas publikowania. Ale powinieneś również pomyśleć o przyciągnięciu czytelników podczas tworzenia treści na swoim blogu.

### **Zahaczanie z nagłówkiem**

Co sprawia, że klikasz nagłówek, aby przejść do artykułu? Czy klikasz treść, która wydaje się interesująca, czy też jakość samego nagłówka ma wpływ na to, czy klikasz, czy nie? Dla większości czytelników chwytliwy tytuł posta na blogu jest pierwszym punktem, kiedy rozważają odwiedzenie strony internetowej. W związku z nieskończoną ilością stale aktualizowanych treści dostępnych dzisiaj, blogerzy muszą być ostrożni, jak zatytułować każdy post. Pomyśl o swojej grupie docelowej. Jaki tytuł prawdopodobnie skłoni ich do kliknięcia? Na przykład, jeśli Twoja witryna jest najczęściej odwiedzana przez czytelników szukających porad giełdowych, tytuł, który drażni nową, gorącą rekomendacją



giełdową, prawdopodobnie przyciągnie kliknięcia. Staraj się używać mocnego języka, chwytliwej aliteracji i zawierać słowa kluczowe, które mogą pojawić się w zapytaniu wyszukiwarki. Uważaj jednak, aby nie wprowadzać w błąd czytelników. Nie ma nic tak frustrującego, jak wciągnięcie się w pikantny tytuł tylko po to, by stwierdzić, że rzeczywista zawartość jest naprawdę nijakie.

### **Przejście do wideo i zdjęć**

Jestem trochę purystą, bo tęsknię za czasami, w których treścią na blogu rządzi słowo pisane. Ale mówiąc to, jestem tutaj, aby powiedzieć, że treści multimedialne są bardzo dużym elementem tego, co przyciąga czytelników, a może widzów. Jeśli na przykład spędzisz trochę czasu na przeglądaniu świata blogów o jedzeniu, przekonasz się, że typowy post to jeden wspaniały obraz po drugim, z niewielką ilością tekstu zakotwiczonego każde zdjęcie. A jeśli kiedykolwiek zechcesz znaleźć właściwy przepis, musisz przewinąć obrazek na sam dół posta. Zdjęcia przyciągają czytelników do Twojego bloga, zachęcają ich do udostępniania Twoich treści i sprawiają, że wracają po więcej. Zdjęcia i filmy oczywiście dobrze sprawdzają się w przypadku blogerów w niektórych niszach, takich jak podróże, jedzenie, moda, uroda, majsterkowanie i projektowanie. Ale tylko dlatego, że blogujesz na temat, który może od razu nie przywołać na myśl treści multimedialnych, nie odrzucaj całkowicie pomysłu dodawania atrakcyjnych obrazów i filmów do swoich postów.

### **Śledzenie trendów**

Czasami najlepszym sposobem na tworzenie świetnych treści – zwłaszcza gdy masz problemy z wymyśleniem pomysłów na temat – jest zapoznanie się z najnowszymi trendami. Blogowanie na tematy, o których ludzie już rozmawiają, zwiększa prawdopodobieństwo, że Twoje treści zostaną znalezione i przeczytane. Każdego tygodnia poświęć trochę czasu na odwiedzanie mediów społecznościowych i witryn z wiadomościami, aby znaleźć popularne hashtagi i gorące tematy. Proponuję śledzić listę popularnych tematów na Twitterze ([www.twitter.com](http://www.twitter.com)), przeglądać Instagram ([www.instagram.com](http://www.instagram.com)) i sprawdzać Facebooka, aby sprawdzić, czy istnieją wspólne wątki w tym, co udostępniają i dyskutują Twoi znajomi. Kolejnym świetnym narzędziem do śledzenia aktualnych trendów jest Google Trends (<https://trends.google.com/trends/>). Sprawdź, jakie wyszukiwania są obecnie popularne, a także jakie wyszukiwania były popularne przez cały rok. Możesz wpisać własne wyszukiwane hasła lub wyświetlić sugerowane i obecnie zyskujące popularność słowa kluczowe.

### **Dołączanie do tłumu**

W tym momencie możesz odczuwać lekki stres związany z presją tworzenia wspaniałych, bogatych w multimedia treści i znajdowania sposobów dzielenia się nimi ze światem. Weź głęboki oddech i nabierz otuchy: nie jesteś sam! Jedną z absolutnie najlepszych rzeczy związanych z blogowaniem jest społeczność, do której natychmiast dołączasz, podejmując decyzję o blogowaniu. Witamy! Blogerzy często współpracują ze sobą, aby tworzyć podobne treści do wspólnego publikowania i promowania. Te wspólne wysiłki to świetny sposób na znacznie większy plusk. Treści zwykle obracają się wokół określonego tematu lub przedsięwzięcia, na przykład wskazówek dotyczących powrotu do szkoły lub wydania nowej książki. Po spotkaniu w celu uzgodnienia tematu i celem wspólnego blogowania, blogerzy następnie tworzą treści, łączą się ze sobą i promują nawzajem swoją pracę za pośrednictwem mediów społecznościowych. To fantastyczny sposób na budowanie relacji, dotarcie do nowych czytelników i zdobycie uznania na ulicy. Pomimo tego, że wcześniej użyłem słowa konkurencji, pamiętaj, że blogowanie często dotyczy współpracy.

### **Lista z listami**

List to nie tylko zachwycające słowo, ale także rodzaj treści na blogu. Listy to posty na blogu, które składają się głównie z listy numerowanej. Przykładami mogą być „15 rzeczy do spakowania na wakacje w Wielkim Kanionie” lub „12 sposobów, aby wiedzieć, że współmałżonek kłamie”. Listy stały się bardzo popularne w świecie blogów i chociaż nie zalecałbym tworzenia całego bloga zawierającego posty oparte na listach (choć może to być zabawne!), wierzę, że są one świetnym sposobem na łatwe oferowanie czytelnikom używane treści, które często są zabawne lub pomocne.

### **Chwywanie czytelników jedzeniem**

Pamiętasz moją wzmiankę o wspaniałych zdjęciach jedzenia, które przyciągają uwagę czytelników? Treści oparte na jedzeniu to coś, co przemawia do wszystkich czytelników. W końcu wszyscy musimy jeść! Jeśli masz wyraźną miłość do jedzenia, jesteś początkującym epikurejczykiem lub doświadczonym oszczędzaczem przepisów, blogowanie o jedzeniu może być idealną treścią do stworzenia! Rozważ napisanie recenzji swoich ulubionych lokalnych restauracji lub najlepszych miejsc do odwiedzenia podczas podróży. Możesz podzielić się swoimi ulubionymi poprawkami w przepisach lub przeprowadzić czytelników przez przygotowanie posiłku na ostatnią chwilę przy budzecie, który zachwyci całą rodzinę!

### **Służenie Czytelnikowi**

Moim skromnym zdaniem jednym z najbardziej ekscytujących rezultatów istnienia Internetu jest możliwość znalezienia każdej potrzebnej informacji o każdej porze dnia i nocy. Przez lata byłam znana z tego, że gorączkowo szukałam wszystkiego, od najlepszego sposobu na stworzenie idealnej butki do skarpet po to, jakie zamienniki przepisu zadziałają na brązowy cukier w szczyptę. Jeśli chcesz znaleźć i utrzymać wiernych czytelników, pamiętaj, aby przynajmniej od czasu do czasu zaspokajać ich potrzeby. I kto wie, kiedy czytelnik taki jak ja pojawi się na Twoim blogu dzięki szybkiemu wyszukiwaniu odpowiedzi w Internecie.

### **Dając im to, czego potrzebują**

Home-Ec 101 ([www.home-ec101.com](http://www.home-ec101.com)), wspomniany wcześniej, jest doskonałym przykładem bloga dostarczającego czytelnikom informacji, których potrzebują. Blogerka Heather Solos zarobiła na tym, że wielu dorosłych znajduje się w sytuacjach, na które nie byli przygotowani. Dorosłość jest trudna, a Heather bloguje, aby to ułatwić. Czytelnicy na jej stronie mogą znaleźć instrukcje na wszystko, od czyszczenia odkurzacza bezworkowego po pielęgnację podłóg akrylowych.

### **Dając im to, czego chcą**

Oprócz dostarczania czytelnikom przydatnych porad lub ponadczasowych wskazówek i sztuczek, możesz także tworzyć treści, które po prostu oferują im to, czego chcą, niezależnie od tego, czy jest to miejsce do rozmów o najnowszych plotkach o celebrytach, czy też najświeższe wiadomości o zmianach w parkach Disneya. Nie bój się pytać czytelników, czego szukają w poście na blogu. Możesz być zaskoczony tym, co kochają w Twoim blogu i tym, czego chcieliby wiedzieć więcej w przyszłych treściach!

### **Tworzenie treści wartych odniesienia**

Wszyscy to widzieliśmy. Bloger pisze post, który ktoś uważa za przytłaczająco potężny, zaskakująco pomocny, a może nawet bardzo kontrowersyjny. Czytelniczka udostępnia link wszystkim swoim znajomym, którzy udostępniają go wszystkim swoim znajomym. Bardzo szybko cały Twój kanał informacyjny na Facebooku jest wypełniony linkami do tego pojedynczego posta, udostępnianego przez wszystkich, od trenera piłki nożnej w szkole średniej po teściową. Niezawodnym sposobem na dotarcie do większej liczby czytelników jest tworzenie treści, do których warto się odnieść. Nie oznacza

to, że musisz stworzyć blog z poradami, taki jak wspomniany wcześniej Home-Ec 101. Może się zdarzyć, że podzielisz się dobrze poinformowanymi i wykształconymi przemyśleniami na temat najnowszych wydarzeń politycznych lub weźmiesz udział w ostatniej debacie na temat rodzicielstwa, takiej jak czy lub nie szczepić. Chodzi o to, aby tworzyć treści, które ktoś prawdopodobnie przeczyta, a następnie odnieść się do nich w udostępnieniach w mediach społecznościowych lub w rozmowach w prawdziwym życiu. Wielu blogerów lubi cytować artykuły z wiadomościami i posty na blogach, a następnie je rozwijać. Jeśli przyjmiesz takie podejście, upewnij się, że rozumiesz zasady prawa autorskiego, gdy używasz cudzych słów – zawsze najlepiej poprosić o pozwolenie! Aby uzyskać więcej informacji, przeczytaj pasek boczny „Poszanowanie praw autorskich”.

### **Zdobywanie linków z tym**

Linki - potrzebujesz ich. Możesz się obawiać, że podając link do artykułu lub artykułu online, odeślesz czytelników ze swojej witryny w czarną dziurę Internetu, gdzie nigdy nie wrócisz. Twój czytelnik może w rzeczywistości kliknąć link i przeczytać artykuł. Ale prawdopodobnie nie zapomną, gdzie znaleźli link. Dodając hipertączę do treści bloga, zmień ustawienia linków wychodzących na „otwórz w nowym oknie”. Dzięki temu post na blogu pozostanie otwarty na ekranie, a nie odeśle czytelnika. Na blogu linki są tak samo zasobem, jak wszelkie inne informacje, które podajesz.

W rzeczywistości wiele blogów składa się z kolekcji linków wokół tematu lub tematu, zebranych razem, aby informować lub bawić czytelników bloga. Jeśli dostarczasz dobre treści i rozwijasz je za pomocą linków, świadczysz swoim czytelnikom usługę, której nie zapomną – taką, po którą prawdopodobnie wrócą. Linki to waluta blogosfery. Wielu blogerów wskazuje swoim czytelnikom posty na blogu, które uważają za szczególnie interesujące, posuwając się nawet do cytowania innego blogera. Ogólnie rzecz biorąc, blogerzy są hojni w łączeniu się z innymi blogami i stronami internetowymi, ponieważ przysługa jest często odwzajemniana. Jak mówi przysłowie: „Trzeba trochę wydać, żeby trochę zarobić”. Dodanie linków do swoich postów to dobra rzecz. . . chyba że jesteś nieodpowiedzialny za to, do czego linkujesz. Traktuj poważnie swoją odpowiedzialność jako wydawcy i nie wysyłaj ludzi do podejrzanych zasobów ani nie wrzucaj ich do witryny przeznaczonej dla dorosłych bez ostrzeżenia. Kiedy tworzysz link do posta na blogu, upewnij się, że podajesz link do adresu URL bezpośredniego linku, a nie do strony głównej bloga. Link bezpośredni to unikalny adres internetowy dla pojedynczego wpisu na blogu - stały link do tej strony. Powinieneś użyć permalinka, ponieważ bloger może zaktualizować blog w dowolnym momencie po utworzeniu linku, wypchnięciu posta, o którym wspomnieliśmy, w dół lub nawet poza stronę główną bloga.

### **Pokonywanie blokady pisarza**

Czasami nawet wybitni blogerzy trafiają na suche zakłęcia i nie mogą wymyślić słowa do napisania. Możesz bezpiecznie przewidzieć dzień w życiu swojego bloga, kiedy dosłownie nie masz nic do powiedzenia swoim czytelnikom, bez względu na to, ile entuzjazmu masz dla swojego tematu. Ta faza minie, ale czasami potrzebujesz trochę pomocy, aby wrócić do produktywnego miejsca. Oto kilka wskazówek, jak przejść przez zakłęcia suszy:

»»Zgromadź kilka wiecznie zielonych postów. W redakcjach na całym świecie dziennikarze regularnie tworzą wiecznie zielone historie (historie, które mogą być drukowane lub transmitowane w telewizji w dowolnym momencie i nadal są interesujące). Możesz także zebrać kilka wiecznie zielonych postów na blogu, jak wspomniano wcześniej w tym rozdziale, które możesz mieć pod ręką w dniu, w którym Twoje kreatywne soki chwilowo wyschną. Możesz także używać tego rodzaju postów w dni, kiedy jesteś chory lub na wakacjach, ale nadal chcesz, aby coś zostało opublikowane na swoim blogu. Wiele programów do blogowania pozwala zaplanować datę publikacji posta na blogu w przyszłości, dzięki

czemu można nawet ustawić automatyczne publikowanie tych postów podczas robienia zasłużonej przerwy.

»»Zaproś znajomego do bloga gościnnego na kilka dni. Wprowadź nową perspektywę do swojego bloga, gdy nikt nie opuścił siebie, prosząc przyjaciela, kolegi, kolegi blogera, a nawet krytyka o napisanie dla Ciebie postów na blogu. Twoi czytelnicy mogą cieszyć się zmianą stylu i tonu (a jeśli nie, sprawisz, że będą o wiele szczęśliwsi, gdy wrócisz!). Pamiętaj, aby odwzajemnić przysługę, gdy Twój gość bloger sam będzie miał suchy okres.

»»Recyklingu starego, ale dobrego. Kiedy nie możesz wymyślić ekscytujących nowych treści, wyciągnij świetny post ze swoich archiwów. Nowi czytelnicy cenią sobie coś, co przegapili, a starzy czytelnicy mogą znaleźć nowe informacje w drugim czytaniu. Profesjonalny bloger Darren Rowse kieruje swoich czytelników do listy najlepszych postów na ProBloggerze ([www.problogger.net](http://www.problogger.net)). W rzeczywistości Darren wyciąga najlepsze posty wszechczasów na miesiąc dla nowych czytelników i tylko niektóre ze swoich ulubionych.

»»Opublikuj zdjęcie. Zamiast 1000 słów umieść jedno zdjęcie. Zrób zdjęcie miejsca, w którym zwykle blogujesz, pochwal się swoim nowym laptopem lub po prostu wybierz się na spacer po okolicy. Możesz wykopać sobie zdjęcie z dzieciństwa lub pokazać tę zawstydzoną fryzurę, którą miałas w latach 90.

»»Publikuj informacje o książkach, filmach lub telewizji, które konsumujesz. Opowiedz ludziom o innych mediach, które lubisz. Możesz nawet podłączyć konto Amazon Associates i zarobić trochę pieniędzy na swoich rekomendacjach.

»»Podaj swój ulubiony przepis. Wykop książkę kucharską i znajdź przepis na krówki babci lub przepis na szarlotkę mamy i podziel się nim z czytelnikami. Jeszcze lepiej, zrób sobie przerwę od komputera i sam przygotuj przepis, abyś mógł dołączyć zdjęcie do swojego posta.

»»Blog z nowej lokalizacji. Czasami złamanie rutyny może wstrząsnąć tymi opornymi komórkami mózgowymi. Spróbuj blogować z innego pokoju w domu lub udaj się do lokalnej kafejki internetowej lub kawiarni.

»»Nagraj podcast audio lub blog wideo (vlog). Jeśli nie umiesz pisać, mów! Możesz być mile zaskoczony i sprawić, że będzie to regularna funkcja Twojego bloga. Rozdziały 13 i 14 obejmują obszernie podcasty i vlogi.

»»Przeprowadzić wywiad. Zapytaj przyjaciela, współpracownika, sąsiada, dziecko, rodzica, szefa lub osobę publiczną, czy możesz przeprowadzić z nim wywiad na swoim blogu. Wpisz kilka pytań, wyślij je e-mailem, a gdy odpowiedzi dotrą do Twojej skrzynki odbiorczej, wystarczy trochę skopiować i wkleić.

»»Rozwiąż quiz. Poinformuj swoich czytelników, jakim jesteś superbohaterem lub jaki kolor ma Twoja osobowość, grając w niektóre zabawne quizy i ankiety online. Superhero Quiz jest na [www.thesuperheroquiz.com](http://www.thesuperheroquiz.com) (jestem Spider-Man), a wiele innych można znaleźć na blogach ([www.blogthings.com](http://www.blogthings.com)) i QuizMem ([www.quizmeme.com](http://www.quizmeme.com)).

»»Poproś o sugestie od swoich czytelników. Zwróć się do czytelników o pomoc w znalezieniu nowych tematów do publikowania. Przejrzyj również swoje stare posty i zobacz, czy możesz rozwinąć post, który działał dobrze; sprawdź też komentarze i e-maile od czytelników!