

Как продвигать свои продукты через блоги



<https://navika.pro/digital/courses/kak-prodvigat-svoi-produkty-cherez-blogi>

Содержание

1. Определение цели гостевого блогинга	3
2. Поиск блогов для размещения.....	4
3. Выстраивание коммуникаций с аудиторией блога-донора	7
4. Подготовка собственного блога	8
5. Подготовка предложения по гостевому размещению	10
6. Подготовка гостевого поста	11
7. Оформление блока «Об авторе» в гостевом посте	12
8. Действия после публикации гостевого поста	13
9. Оценка прогресса в гостевых публикациях	13

1. Определение цели гостевого блогинга

1.1. Напишите цели, ради которых вы планируете размещать гостевые материалы в блогах. Например, привлечение трафика на сайт или в ваш инстаграм-блог, повышение доверия к вам как к эксперту, реклама курса и т.д.

1.2. Запишите форму реализации цели. Например:

- **Привлечение трафика:** гостевые посты, содержание которых формирует у пользователя устойчивый интерес к посещению вашего блога.
- **Экспертность:** в гостевых постах вы отвечаете на вопросы пользователей — читателей блога-донора и т.д.

Цель гостевого поста	Форма реализации цели

2. Поиск блогов для размещения

2.1. ПРОСМОТРИТЕ КОММЕНТАРИИ СВОЕГО БЛОГА. ПРОАНАЛИЗИРУЙТЕ ИХ И ОПРЕДЕЛИТЕ, КТО ВАШИ ЧИТАТЕЛИ. КАКИЕ ЦЕННОСТИ ОНИ ИСПОВЕДУЮТ? КАКИЕ У НИХ ЦЕЛИ?

2.2. СОСТАВЬТЕ ПОРТРЕТ СВОИХ ЧИТАТЕЛЕЙ.

Читатели блога-реципиента	Особенности
Пол	
Возраст	
Образование	
Ценности	
Проблемы	
Увлечения	
Желания	

2.3. СОСТАВЬТЕ СПИСОК ПОТЕНЦИАЛЬНЫХ БЛОГОВ-ДОНОРОВ ИСХОДЯ ИЗ СЛЕДУЮЩИХ ПАРАМЕТРОВ:

— Читательская аудитория блога-донора положительно относится к целевой аудитории вашего блога.

(Например, вы публикуете материалы о высокой моде. Будет ли эта тема интересна читателям блога об экономных покупках? Нет. Будет ли эта тема интересна читателям блога о дорогих ювелирных украшениях? Да.)

2.4. ПРОАНАЛИЗИРУЙТЕ ЗАГОЛОВКИ И ТЕМАТИКУ СТАТЕЙ БЛОГА-ДОНОРА. ОТВЕЬТЕ НА ВОПРОС: СОВПАДАЮТ ЛИ ЦЕННОСТИ И ТЕМЫ С ВАШИМИ?

2.5. Совпадает ли геолокация? Будет ли интересно читателям блога о Красноярске узнать об услугах в Москве? Нет. Исключите из списка блоги, которые не подходят вам по географическому признаку аудитории.

2.6. Проанализируйте статистику блога с помощью сервисов LIVEDUNE, ALEXA.COM, PR-CY.RU или запросите ее у автора.

2.7. Проверьте активность и взаимодействие с читателями: количество комментариев, репостов и тональность общения с аудиторией.

2.8. Проверьте, нет ли в блоге постов, противоречащих вашим принципам или тематике вашего поста.

2.9. Напишите список хештегов, по которым можно найти блоги и тематические сообщества, интересующие вас.

2.10. Проведите опрос своей целевой аудитории. Какие блоги они читают, помимо вашего? Какие каналы им интересны? Что и где они покупают? Чем интересуются? Используйте эту информацию в качестве подспорья для поиска блогов-доноров.

Сфера	Блоги
Увлечения	
Покупки	
Обсуждения	
Интересное чтение	

2.11. ИСПОЛЬЗУЙТЕ ПОИСК ТЕМАТИЧЕСКИХ СООБЩЕСТВ: НАПРИМЕР, «ЛУЧШИЕ БЛОГИ ПО МАРКЕТИНГУ» ИЛИ «СПИСОК БЛОГОВ ПО ВЯЗАНИЮ КРЮЧКОМ».

2.12. ЕСЛИ ВАМ СЛОЖНО ВСЕ ЭТО ПРОДЕЛАТЬ, ОБРАТИТЕСЬ В АГЕНТСТВО ПО ПОДБОРУ БЛОГЕРОВ И СОБЕРИТЕ СПИСОК ПОТЕНЦИАЛЬНЫХ ДОНОРОВ КОНТЕНТА.

2.13. ПОСМОТРИТЕ, ГДЕ ПУБЛИКУЕТСЯ ЛИДЕР ВАШЕЙ НИШИ. ДЛЯ ЭТОГО ВВЕДИТЕ В ПОИСК ИМЯ ЛИДЕРА ВАШЕЙ ОБЛАСТИ И ПОСМОТРИТЕ, ЧТО ВЫДАСТ ПОИСКОВАЯ СЕТЬ.

2.14. СОЗДАЙТЕ СПИСОК ИНТЕРНЕТ-СМИ, В КОТОРЫХ ВЫ МОЖЕТЕ ПУБЛИКОВАТЬСЯ В КАЧЕСТВЕ КОЛУМНИСТА И ПИСАТЬ МАТЕРИАЛЫ РЕГУЛЯРНО.

2.15. В СЛУЧАЕ, ЕСЛИ МОДЕРАТОРЫ СООБЩЕСТВА ИЛИ СМИ НЕ ПРИВЕТСТВУЮТ ИЛИ НЕ РАЗРЕШАЮТ ПУБЛИКАЦИЮ ПРЯМЫХ ССЫЛОК, ИСПОЛЬЗУЙТЕ АВТОУПОМИНАНИЯ. ССЫЛАЙТЕСЬ НА СВОЙ САЙТ, УПОМИНАЙТЕ ТО, О ЧЕМ ВЫ ПИСАЛИ В СВОЕМ ПЕРСОНАЛЬНОМ БЛОГЕ.

НАПРИМЕР: «МНЕ, КАК АВТОРУ БЛОГА “РУССКАЯ ИТАЛИЯ”, ОЧЕНЬ ХОТЕЛОСЬ БЫ ОСВЕТИТЬ ТЕМУ ИММИГРАЦИИ В НАШУ ГОСТЕПРИИМНУЮ СТРАНУ, И НА СТРАНИЦАХ СООБЩЕСТВА “ПОРА ВАЛИТЬ” Я СЕГОДНЯ РАССКАЗЫВАЮ О 20 СПОСОБАХ ИММИГРАЦИИ».

3. Выстраивание коммуникаций с аудиторией блогера

3.1. ВЫБРАВ ПОТЕНЦИАЛЬНО ИНТЕРЕСНЫЕ БЛОГИ, ИЗУЧИТЕ СТИЛЬ ОБЩЕНИЯ В КОММЕНТАРИЯХ, ПОДПИШИТЕСЬ И НАЧНИТЕ КОММЕНТИРОВАТЬ.

3.2. СОСТАВЛЯЙТЕ КОММЕНТАРИИ ОСМЫСЛЕННО, ТАК, ЧТОБЫ АВТОРУ БЛОГА БЫЛО ИНТЕРЕСНО ПРОЧИТАТЬ ВАШЕ МНЕНИЕ. ХВАЛИТЕ, ПОДДЕРЖИВАЙТЕ, НЕ ИСПОЛЬЗУЯ БАНАЛЬНЫЕ ВЫРАЖЕНИЯ.

Пример: «Классный пост для новичков, как комментировать в блогах. Жаль, что я не знал этого раньше, когда сам был новичком. Особенно мне нравится пункт 4: “Начинай с приветствия”».

3.3. ДЕЛАЙТЕ РЕПОСТЫ, КОГДА ЭТО УМЕСТНО.

3.4. ПОСТАВЬТЕ УВЕДОМЛЕНИЯ ОБ ОБНОВЛЕНИЯХ В БЛОГАХ И СТАРАЙТЕСЬ ПРОКОММЕНТИРОВАТЬ МАТЕРИАЛ В ЧИСЛЕ ПЕРВЫХ.

Ваша цель — комментировать как минимум пять блогов в день.

Блог	Адрес
1.	
2.	
3.	
4.	
5.	

4. Подготовка собственного блога

4.1. Создайте три типа материалов для своего блога:

- 1) пост-манифест на актуальную провокационную тему;
- 2) пост-список с отрывками из чужих постов и цитат на одну тему;
- 3) сводный пост с цитатами знакомых людей.

Каждый из постов должен содержать примерно 2000 слов.

Такие материалы нужно размещать примерно 1 раз в месяц.

4.2. Создайте список простых (недлинных) материалов для рутинной публикации.

1.	
2.	
3.	
4.	
5.	
6.	
7.	
8.	

4.3. Создайте сводный пост. Используйте от 10 до 30 источников, включая мнения блогеров, на публикации которых вы ориентируетесь и где хотите писать гостевой пост.

4.4. Составьте список людей, кого вы хотите включить в пост.

4.5. Напишите всем этим людям письмо с темой «Короткий вопрос по поводу...».

4.6. В теле письма расскажите о своей цели: «Я пишу сводный пост у себя в блоге на тему... Мне бы очень хотелось услышать ваше мнение по этому поводу. Можете сказать пару слов на тему? Спасибо».

4.7. Укажите дедлайн. Попросите разрешения использовать фото.

4.8. Тегните или укажите людей, чье мнение вы используете в сводном материале.

4.9. Напишите письмо-«спасибо»: «Привет! У меня вышел пост на такую-то тему, и я включила ваше мнение», — и отправьте со ссылкой на пост.

4.10. Создайте пост-список. Например, «Как сделать что-либо» с примерами, «Лучшие варианты создания страницы 404».

4.11. Зайдите в любую поисковую систему и найдите лучшие ответы на этот вопрос.

4.12. Изучите их, посмотрите, какие решения предлагаются, соберите воедино лучшие идеи и скомпилируйте их в пост-список.

4.13. Тегните блогеров или сообщества, которые вы упомянули. Напишите короткое письмо с благодарностью, в котором сообщите, что у вас вышел этот пост.

5. Подготовка предложения по гостевому размещению

5.1. С помощью поиска найдите готовые руководства для авторов гостевых постов по принципу: «НАЗВАНИЕ БЛОГА + ГОСТЕВОЙ ПОСТ», «НАЗВАНИЕ БЛОГА + СОТРУДНИЧЕСТВО» и т.д.

В большинстве блогов руководства уже написаны.

5.2. Если такого руководства нет, следуйте инструкции:

1. Шаг первый — узнайте имя человека, принимающего решения.
2. Просмотрите блог и ответьте на два вопроса:
 - Часто ли вы видите гостевые посты других авторов? Если их нет, вполне вероятно, что блог не принимает гостевые посты, так тоже бывает.
 - Есть ли здесь ваша тема?
3. Отправьте письмо с темой «Запрос на гостевой пост».
4. Напишите предложение, показывающее, что вы эксперт и уже писали раньше хорошие посты. Дайте ссылку на другие ваши гостевые посты, близкие к теме этого блога, либо на уже написанные статьи или посты в вашем блоге.
5. Покажите, что вы читали автора и что предлагаемый вами пост подходит тематике блога.
6. Предложите 2–3 альтернативных варианта постов.
7. «Для написания поста я могу изучить другие темы или рассмотреть другие точки зрения».
8. «Жду ответа» или «Спасибо за сотрудничество». Это последняя фраза письма.
9. Проверьте грамматику и орфографию с помощью сервиса «Орфограммка».
10. Поставьте напоминание в своем календаре через 2–3 недели, для того чтобы проверить наличие или отсутствие ответа. При отсутствии ответа отправьте письмо-напоминание: «Я отправляла вам запрос, вы получили его?»

5.3. РАССЫЛАЙТЕ 1–3 ПРЕДЛОЖЕНИЯ В НЕДЕЛЮ.

6. Подготовка гостевого поста

6.1. Получив согласие блогера, начните готовить гостевой пост.

6.2. Ответьте себе на вопросы:

- Что получат читатели блога?
- На какие вопросы вы ответите?
- Какие проблемы решите?
- Какие эмоции заденете?
- Как отнесется к вашей публикации автор блога?
- Как воспримут ваш материал другие блогеры, которые могут прочитать ваш пост?

6.3. Ответив на все эти вопросы и утвердив тему гостевого поста с автором блога-донора, сформируйте текст и отправьте его на утверждение. При необходимости доработайте.

7. Оформление блока «Об авторе» в гостевом посте

7.1. Продумайте, какое целевое действие для читателей блога можно включить в ваш пост:

- подписаться на рассылку;
- зайти к вам в блог;
- купить ваш курс.

В случае, если автор блога-донора не дает никаких возможностей для приглашений, оцените трезво необходимость такой публикации. Возможно, она будет актуальна только как имиджевый материал, если вы размещаете его у очень крупного и знаменитого блогера. В других случаях откажитесь от публикации.

7.2. Создайте краткое описание-самопрезентацию:

- чем вы занимаетесь;
- как вы помогаете людям;
- какие проблемы решаете;
- какие услуги предлагаете.

7.3. Посмотрите, что пишут другие блогеры в блоке «Об авторе», используйте для вдохновения.

7.4. При возможности размещения активной ссылки выберите страницу, на которую будет ссылаться пост.

7.5. Используйте свой пост для демонстрации другим блогерам.

7.6. Предложите бесплатный ценный бонус читателям поста (мини-книгу, чек-лист, бесплатный видеокурс, раскрывающий тему поста).

7.7. Сделайте серию статей по теме гостевого поста.

8. Действия после публикации гостевого поста

- 8.1. Поблагодарите автора блога коротким письмом: «Спасибо, все выглядит круто!»
- 8.2. Если вы увидели в публикации ошибки или проблемы, напишите об этом сразу, чтобы автор мог внести правки оперативно.
- 8.3. Сделайте репост в своих профилях социальных сетей.
- 8.4. Ответьте на комментарии к вашему посту. Проверьте обновления комментариев через неделю.
- 8.5. Добавьте этот пост в свое портфолио, где у вас собраны гостевые посты с активной ссылкой на ваш сайт.

9. Оценка прогресса в гостевых публикациях

- 9.1. Сделайте анализ после 5–10 гостевых постов.
- 9.2. Посчитайте количество репостов, комментариев, трафика на ваш сайт, подписок. Сделайте выводы относительно рентабельности временных и трудовых затрат.