

blog

pritegnite nove stranke s pisanjem spletnega dnevnika

Zdi se, kot da stare, običajne in tradicionalne stvari počasi izgubljajo vrednost. Pojavljajo se namreč različice le-teh, ki so nam veliko bolj zanimive in preprostejše; zaradi njih prejšnje opuščamo. Včasih smo kupovali dnevnik najrazličnejših oblik in celo dišav, v njih zapisovali najintimnejše zadeve in se jim kasneje, ko smo jih čez nekaj let prebrali, le smejali ... Danes je pač drugače, česar smo Zemljani vajeni ...



blog?

Ja, danes so dnevnik že skoraj izumrli (mogoče se najde kakšen, ki je odtrgan od sveta interneta in računalništva na splošno in ki vsakodnevne prigode zapisuje na bel papir). Navadne dnevnikarje so zamenjali spletni dnevnikarji ali weblogi (krajše blogi), ki so definirani kot spletne strani, ki kronikalno prikazujejo besedila, slike, videe in druge elemente, ki jih avtorji sproti dodajajo.

Spletni dnevnikarji se na spletu pojavljajo v različnih podobah in so tudi različno poimenovali. Blog, sestavljen iz videev, se imenuje vlog, tisti, ki je poln spletnih povezav – linklog, najpogostejši, ki je sestavljen iz slik, pa se imenuje photoblog. Različna poimenovanja dnevnikov sledijo tudi iz različnih tem,

ki jih dnevnikar vsebujejo. Blog, ki je politično obarvan, se imenuje political blog, obstajajo tudi takšni, ki se uporabljajo v podjetjih (po navadi za pridobivanje strank in povečevanje zaslужka), imenovani business blog. Dokazano torej, da vsestranski spletni dnevnikarji ponujajo veliko več kot navadni dnevnikarji, poleg tega je tudi njihov namen drugačen.

anatomija bloga

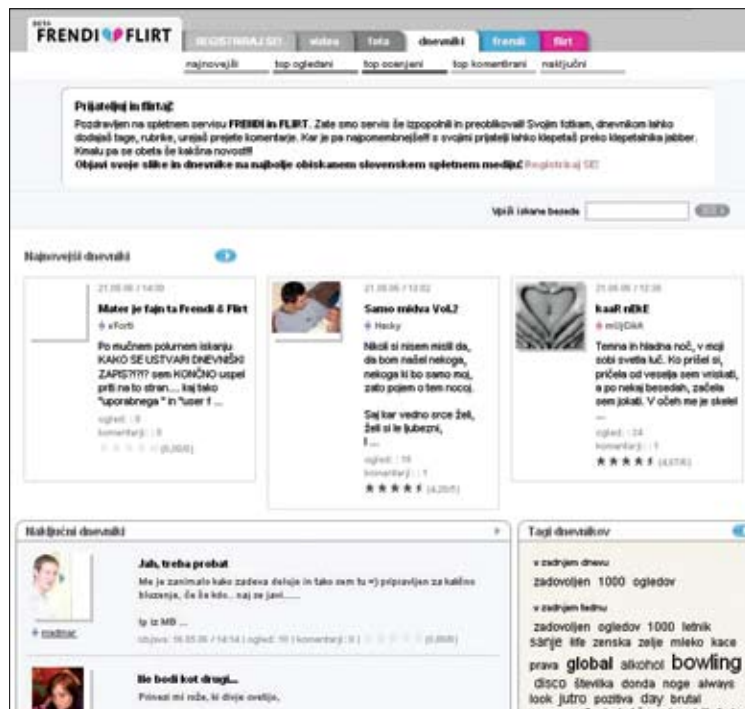
Prijubljenost blogov je od njihovega nastanka (17. decembra 1997) močno narasla. Jom Barger ga je namreč zasnoval, tako da je preprost za uporabo in razumljiv tudi tistim, ki še raziskujejo širni svet interneta. Sestavljen je iz naslova, glavnega

dela teme, imenovanega *body*, povezave do celotnega dnevnika (*permalink*) in datuma, ki pove, kdaj je bil dnevnik objavljen ali spremenjen. Gledalci oz. bralci pa lahko dodajajo komentarje na dano temo dnevnika. Komentarji so namenjeni popravljanju napak, ki jih dnevnik vsebuje, ali pa so preprosto mnenja.

programska oprema

Blogger.com je trenutno najbolj znana spletna stran za izdelovanje lastnih (brezplačnih) spletnih dnevnikov. Vse, kar mora

te storiti, je, da si izberete uporabniško ime in geslo in seveda – izdati jim morate elektronski naslov. Potem izberete predlogo, ki vam je všeč in začnete pisanje bloga. Med znane programske opreme, namenjene spletnim dnevnikom, sodijo bBlog, b2evolution, LifeType in drugi. Na sončni strani Alp pa so razširjene spletne strani www.delo.si/blog, www.vecer.si/blog, blog.volja.net ter vsem znani *Frendi in flirt*. Torej, če ne veste, kam s časom, če se vam je pripetilo kaj unikatnega ali če veste kakšno zanimivo stvar, pot pod „roke“!



pritegnite nove stranke

Spletni dnevniki pa so namenjeni tudi resnejšemu delu. Če ste eden izmed tistih, ki se mu zdi, da je stranke pridobival na vse mogoče načine, je tu še eden, gotovo »in« in alternativen, način, ki bo privabil tiste radovedne in zasvojene z novotarijami. Na Microsoftovi spletni strani je, na primer, objavljenih sedem korakov, ki vam bodo pomagali pri sestavljanju spletnega dnevnika, ki bo podprl vaše poslovanje (Microsoft: „Začnite pisati dnevnik in pritegnite nove stranke.“). Takole navajajo svoje postavke:

1 | Opredelite ciljno občinstvo

Ta osnovna smernica velja tako za pisanje spletnega dnevnika kot za trženje. Ključno je, da opredelite svoje občinstvo in hkrati razmislite, kako ga boste pritegnili k branju.

»Gre pravzaprav za izločanje – iskanje nečesa, česar ni uporabil še nihče,« pravi Scott Allen, soavtor knjige »The Virtual Handshake: Opening Doors and Closing Deals Using Online Social Networks.« »Kaj posebnega lahko poveste? Če niste izvirni, vas ne bo bral nihče.«

2 | Izberite mesto, kjer boste spletni dnevnik shranili

Obstajajo številni programi, s katerimi lahko obstoječemu spletnemu mestu dodate še spletni dnevnik. Bolj avtomatizirana in preprostejša možnost je lastno mesto za gostovanje spletnega dnevnika (povezavo s tem mestom postavite na spletno mesto podjetja).

Vzpostavitev spletnega mesta za gostovanje spletnega dnevnika je preprosta, ker so po navadi na voljo vnaprej oblikovani načrti in druge možnosti, med katerimi lahko izbirate. Ne pozabite vključiti funkcij za ustvarjanje prometa, kot so sledilna orodja, ki poiščejo zadnje objave in najbolj brane sporočilne niti. Na spletnih mestih, kot je Businessblogconsulting.com (v angleščini), poiščite ocene različnih rešitev za objavljanje.

3 | Začnite pisati

Na začetku bo morda zadostovalo, da v dnevnik zapišete svoje misli, spoznanja in ugotovitve. Če želite, da bo dnevnik res zaživel, ne hvalite pretirano svojega podjetja in ne razpravljajte o novicah ter dogodkih, če ne ponudite strokovnega znanja o teh temah.

Raje bodite sveži, izjemni, odkritosrčni in zanimivi, da boste lahko dnevnik izkoristili za trženje svojega podjetja.

Če ne veste, kako začeti, preberite druge dnevnike in potem objavite svoje mnenje o panogi ali poslovni temi, o kateri kaj veste. »Ni vam treba tekrovati z drugimi dnevniki,« pravi Allen. »Toda bralce pritegnete tudi tako, da jih berete in komentirate njihovo vsebino.«

4 | Povežite se z drugimi dnevniki

Rednih obiskovalcev ne boste pridobili le z iskrivimi in bistrimi komentarji. Privabili jih boste tudi s spodbujanjem prometa med posameznimi dnevniki (v angleščini »blogrolling«). To storite tako, da v svojem spletnem dnevniku objavite povezave z drugimi spletnimi dnevniki, ki se vam zdijo zanimivi oziroma se nanašajo na vaš posel, panogo ali strokovno znanje.

Povezave z drugimi dnevniki in s spletnimi stranmi spodbujajo promet med spletnimi mesti. »Komentirajte vsebino drugih dnevnikov in dodajte povezavo z njimi,« svetuje Allen. »Tako vas bo hitro potegnilo v vrtnice spletnih dnevnikov.«

5 | Poudarite ključne besede

Zadetki iskalnikov so drugi način, kako pritegniti obiskovalce. Vaš dnevnik se bo med zadetki iskalnikov znašel le, če boste pazljivo izbrali ključne besede v naslovih in besedilu.

Če je glavna tema dnevnika trženje podjetja na tujem, čim večkrat in v različnih oblikah uporabite besedi »trženje« in »na tujem« oziroma »v tujini«, da bo vaš dnevnik čim višje na seznamu najdenih zadetkov.

»Držite se ene teme, da bo vsebina osredinjena okoli ključnih besed,« svetuje Sally Falkow, strokovnjakinja za blagovne znamke, ki uporablja spletni dnevnik za trženje svojega podjetja. »In povežite se s sorodnimi spletnimi dnevniki.«

6 | Dnevnik redno posodablajte

Napaka, ki lahko pokoplje še tako privlačen spletni dnevnik, je stara vsebina. Morebitnih bralcev nič ne odvrne tako zelo kot razočaranje, ko ob ponovnem obisku dnevnika ne najdejo ničesar novega. Zato bodite pripravljeni, da boste morali spletni dnevnik redno posodabljati in dopolnjevati.

To ne pomeni, da morate vsakič napisati roman – prav nasprotno, veliko dnevnikov je sestavljenih iz kratkih in izčrpnih sporočil. Vseeno pa novo vsebino dodajate čim pogosteje.

Neki strokovnjak za spletne dnevnike je izjavil, da je ključ do uspeha »neusmiljeno vztrajno objavljanje«, saj tako postanejo obiskovalci odvisni od vaših informacij in se redno vračajo.

7 | Natančno spremljajte promet

Glavne teme se vam ni treba držati kot pijanec plotu. Spremljajte količino in kakovost prejetega prometa. Če se upočasni in zastane, poskusite spremeniti temo, da boste povečali zanimanje. Vseeno pa ne zaidite predaleč od svojega poslovnega področja in strokovnega znanja.