СЕРИЯ КНИГ
СПРОСИ INGATE

КОРПОРАТИВНЫЙ БЛОГИНГ
33 ПОЛЕЗНЫХ СОВЕТА

ingate ДНО

КОМУ БУДЕТ ПОЛЕЗНА ДАННАЯ КНИГА?

Эта книга предназначена для специалистов по рекламе, PR-специалистов и владельцев бизнеса, которые хотят получать 100% отдачу от интернет-маркетинга.

Книга «Корпоративный блогинг. 33 полезных совета» расскажет вам о том, как:

— сделать корпоративный блог полноценным инструментом маркетинговой стратегии;
— подбирать интересные материалы для блога;
— писать яркие заголовки постов;
— сделать текст привлекательным для читателей;
— расширить число подписчиков блога;
— измерить эффективность корпоративного блога.

Все советы носят практический характер и сопровождаются примерами.
Желаем вам приятного чтения!

СОДЕРЖАНИЕ

Зачем компании нужен блог? 3

О чем писать в блоге? 5

Как оптимизировать посты? 10

Как раскрутить блог? 19

Как оценить эффективность блога? 24

Заключение 28

В ролях 33

Глава 1

ЗАЧЕМ КОМПАНИИ НУЖЕН БЛОГ?

Корпоративный блог — это интернет-журнал компании, который предназначен для коммуникаций с целевой аудиторией: клиентами, партнерами, сотрудниками.

Корпоративный блог может использоваться исключительно внутри организации — такой блог называют **внутрикорпоративным**. Другая разновидность блога — это **публичный блог компании**. В отличие от внутрикорпоративного, он нацелен на общение с широким кругом клиентов и деловой средой. В нашей книге речь пойдет как раз о публичном корпоративном блоге.

Корпоративный блог — это не просто новостная лента компании. Сама суть блога подразумевает **диалог** между компанией и читателями. Если вы не хотите вести диалог с аудиторией, позаботьтесь о хорошей новостной ленте компании и отложите эту книгу в сторону.

Если же вы открыты к диалогу, заинтересованы в сборе обратной связи от аудитории, регулярно задумываетесь над тем, какую роль может сыграть корпоративный блог в вашей маркетинговой стратегии, то мы поможем вам сделать его эффективным элементом интернет-стратегии.

Корпоративный блог — это инструмент «вовлекающего» маркетинга; он работает на рост лояльности аудитории за счет того, что вы предлагаете пользователям полезные материалы.

Как блог может быть встроен в маркетинговую стратегию компании? Рассмотрим несколько примеров.

A. С помощью блога вы можете стать лидером мнений на рынке, показать опыт и компетентность компании и таким образом заработать доверие клиентов и партнеров.

B. Блог является отличной площадкой для генерации лидов: вы можете дать пользователям много полезной информации, попросив взамен их контактные данные.

C. Блог можно использовать для распространения слухов и «вброса» новых идей и концепций.

D. Наряду с другими инструментами интернет-рекламы блог напрямую влияет на рост посещаемости сайта, а следовательно, и на увеличение количества потенциальных покупателей.

Как видим, корпоративный блог является полноценным инструментом интернет-маркетинга. Но чтобы заставить блог работать на цели бизнеса, требуется приложить усилия. Наша книга поможет вам сделать процесс создания и ведения корпоративного блога приятным, а отдачу от него — большой.

Глава 2

О ЧЕМ ПИСАТЬ В БЛОГЕ?

О чем писать в блоге? — это самый распространенный вопрос среди специалистов, которые ведут блог компании. Отвечая на него, скажем: «Пишите обо всем, что может быть **полезно** вашей аудитории!»

Из книги «100 практических советов для интернет-маркетолога. Как создать интересный контент?» вы можете почерпнуть свежие и незаурядные идеи для своего блога. А ниже мы приведем несколько простых и действенных способов генерации контента, применимых именно к корпоративным блогам.

1. Используйте уже готовые материалы

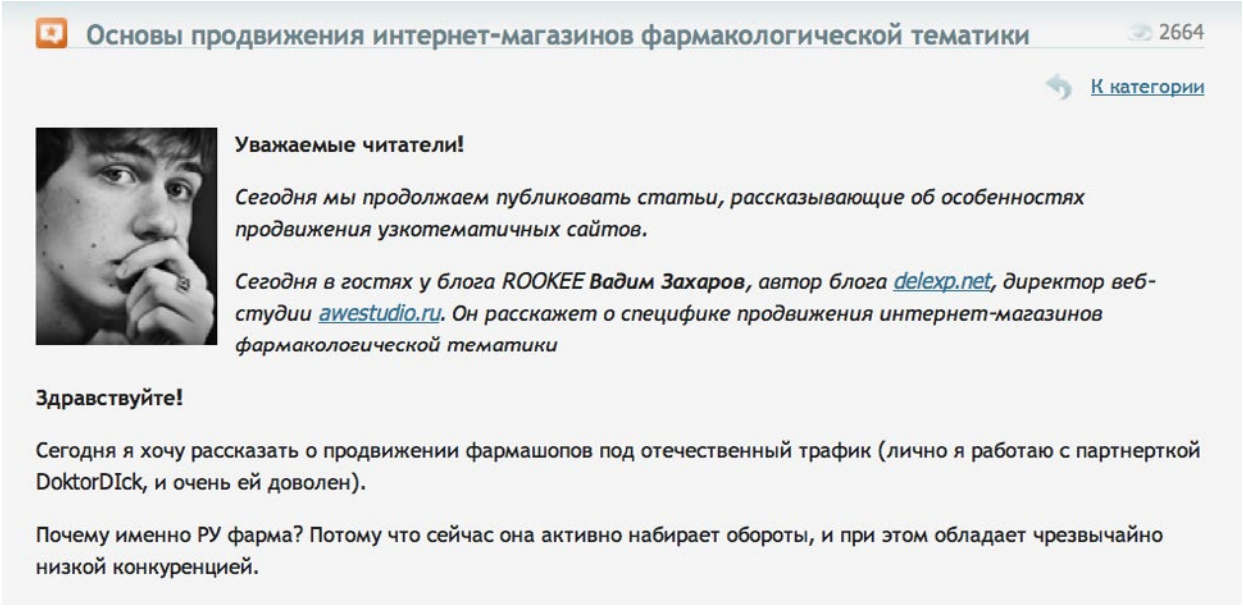
Самое простое — это взять уже имеющиеся в компании маркетинговые и рекламные материалы и качественно их переписать. Для написания хорошего поста в блог подойдут пресс-релизы, анонсы, описания продуктов. При переписывании сухого технического текста постарайтесь упростить его, чтобы он лучше воспринимался неподготовленной аудиторией.

Попробуйте написать так, чтобы ваша организация была показана изнутри, расскажите, как готовился тот или иной продукт, сколько сил было вложено в его реализацию. Другими словами, покажите свой бизнес изнутри — это вызовет у читателей доверие к вам.

2. Публикуйте посты от приглашенных специалистов

Отличный информационный повод для написания качественного контента блога — это интервью или независимая оценка от сторонних специалистов в вашей отрасли. Попросите профессионалов дать экспертное мнение о рынке или о вашем бизнесе.

Чтобы привлечь эксперта, расскажите, какие преимущества дает ему роль гостя блога, укажите вашу ежедневную аудиторию. Напомните гостям, что благодаря посту в вашем блоге они смогут сделать себе хороший PR за пределами устоявшегося круга общения и получить несколько входящих ссылок, что благоприятно скажется на рейтингах их сайтов в поисковых системах.



Основы продвижения интернет-магазинов фармакологической тематики 2664

К категории

Уважаемые читатели!

Сегодня мы продолжаем публиковать статьи, рассказывающие об особенностях продвижения узкотематичных сайтов.

Сегодня в гостях у блога ROOKEE ***Вадим Захаров****, автор блога delexp.net, директор веб-студии awestudio.ru. Он расскажет о специфике продвижения интернет-магазинов фармакологической тематики*

Здравствуйте!

Сегодня я хочу рассказать о продвижении фармашопов под отечественный трафик (лично я работаю с партнерткой DoktorDIck, и очень ей доволен).

Почему именно РУ фарма? Потому что сейчас она активно набирает обороты, и при этом обладает чрезвычайно низкой конкуренцией.

3. Соберите все интересное в одном месте

Если весь созданный контент уже размещен, а идеи для нового закончились, то для своих читателей можно сделать подборку интересных материалов, найденных в сети. Обязательно оцените созданный дайджест на предмет полезности, ведь он призван экономить время читателей на поиск необходимой информации. Кроме того, подборка должна быть прозрачна и легка для восприятия — не жертвуйте интересом ради количества постов. Для лучшего эффекта подборку следует сопроводить лаконичным подведением итогов.

В ночь с 17 на 18 мая Москва участвует в культурной акции «Ночь в музее», и расписание мероприятий уже опубликовано на специальном проекте Яндекса.

Ночью все получат бесплатно то, что днем не всегда доступно даже за деньги: ботаники смогут насладиться необычными звуками ночной природы и увидеть ночные растения, сознательно голодающие узнают о забытых рецептах русской кухни и просмотрят мастер-класс кулинарного искусства, а готовые соскочить с диеты — продегустируют блюда полевой кухни. Клубная молодежь не выбьется из привычного ритма и сможет позажигать на дискотеке эпох, а кто старомодно скажет, что это не фонтан, — пусть потанцует с музыкальными фонтанами. Тем временем шибко умные подтянутся в парлептипных символах и внимательно послушают про «Тайную историю искусства», а смелые и/или веселые — покажут себя в шуточном поединке «Потехи старой королевы».

Исторический музей, музей Высоцкого и музей Есенина, музей творчества аутсайдеров и музей истории танка Т-34 — всё это и многое другое будет открыто в Москве в ночь с 17 на 18 мая.

Понятно, что хочется всего и сразу. Ненасытные культуроманы, обошедшие за ночь все музеи и галереи Москвы, смогут узнать об экспозициях, открытых в эту ночь в других городах. Специально для них в Музее современного искусства будет организован телемост с городами-участниками акции.

Обогащайтесь!

4. Привлеките читателей к решению проблемы

Обозначьте в блоге проблемную ситуацию (возможно, конкретный кейс) и попросите аудиторию помочь вам найти решение. Привлеките к участию в разборе проблемы как сторонних специалистов, так и ваших клиентов. Совместный поиск решений даст большой положительный отклик и позволит заявить о компании как эксперте отрасли.

После того как проблема будет устранена, сделайте обзор полученных результатов: четко обрисуйте условия задачи и расскажите, какие приемы, инструменты вы использовали для достижения целей, отметьте ценные идеи, которые предложили вам читатели во время открытого обсуждения кейса, дайте рекомендации на будущее.

Название новой книги. Объявляем мозговой штурм!

(голосов: **1**, всего: **5.00** из 5)
Опубликовано в разделах: Вопросы, Наши книги
Автор: Мария Шалунова

Мы готовим к изданию еще одну интересную книгу: 101 Salary Secrets. How to Negotiate Like a Pro. Книга очень толковая, емкая, советы, что называется, «коротко и по делу».

Все ничего, но не можем определиться с русским названием.

Какое название сразу сказало бы вам, что это – книга о том, как получить от работодателя столько, сколько вы хотите?

Оно должно быть коротким, чтобы бросалось в глаза и легко читалось на обложке.

Рубрики
Акции
Вопросы
Интервью
Интересное
История книг
Кризис
Мы. Жизнь издательства
Нам понравилось – рекомендуем
Наши авторы
Наши книги
Наши читатели
Новости
Подкаст
Пост выходного дня
Прочее

Reality Show 2011: улучшаемся книгами
Блог Виталия Степанова
Блог Елены Степкиной

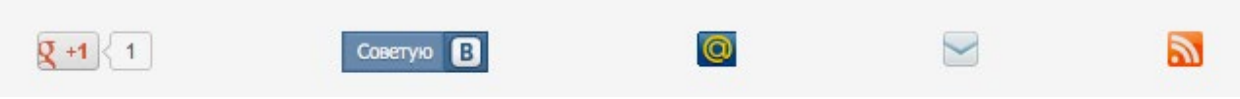
Глава 3

КАК ОПТИМИЗИРОВАТЬ ПОСТЫ?

Наконец, вопрос с интересными и полезными постами для вашего блога решен. Теперь нужно оптимизировать их таким образом, чтобы привлечь внимание аудитории, вывести на высокие позиции в поисковых системах и помочь собрать лиды от заинтересованных читателей. В этой главе мы рассскажем о том, какие посты привлекут максимум внимания вашей аудитории.

1. Разместите кнопки социальных сетей

Увеличьте число читателей вашего блога, добавив кнопки социальных сетей (например, «Мне нравится», «Поделиться» на Facebook, «Твитнуть» и т.д.). Так читатели смогут поделиться контентом в своих профилях в соцсетях и существенно расширить вашу читательскую аудиторию далеко за пределы непосредственно посетителей вашего блога.



2. Вставьте иллюстрации

Добавьте рисунок, фотографию, графику или инфографику, соответствующие содержанию поста. Это поможет разбить текст на блоки и сделает ваш контент визуально привлекательным для читателей, удержит их внимание.

В любом случае, самой эффективной для вас окажется максимально полная информация, полученная быстро и из нужных рук.

Именно такие данные отыщут для вас с социальных сетях наши Бабки - сервис мониторинга упоминаний в социальных сетях.

Почему Бабки? Да потому что они действительно знают все, можете быть уверены!

3. Пишите броские, цепляющие заголовки

Заголовки являются одним из самых важных элементов ваших постов. Вот несколько советов, как создать привлекающий внимание заголовок:

Будьте предельно ясны. «Пользуйтесь поиском Яндекса как профи» — вот пример заголовка блога, который ясно показывает читателям, о чем им предстоит узнать. Хотят ли они научиться быстро находить именно то, что нужно? Скорее всего, да, а значит — читатели кликнут по такому заголовку.

Дайте рекомендации, как что-то сделать. Большинство людей читают блоги, потому что хотят узнать, как решить конкретную проблему. Укажите, что ваша статья их обязательно научит, как делать что-то, чего они еще не знают. Например: «Как создать корпоративную страницу в Google+. 5 простых советов».

Дайте рекомендации, как что-то не делать. Точно так же, как людям нравится узнавать, как что-то нужно делать, им интересно узнать, как не нужно что-то делать. Используйте ваш блог, чтобы помогать читателям решать распространенные проблемы: «5 фатальных ошибок SEO-оптимизатора».

Используйте цифры. Любые цифры цепляют взгляд пользователя. Например, напишите пост о недавно опубликованном исследовании рынка и не забудьте привести в заголовке конкретные цифры: «Оборот российского рынка поисковой оптимизации — 20 млрд рублей».

Будьте лаконичны. Постарайтесь сделать ваши заголовки краткими и информативными. Многословные заголовки звучат громоздко и могут не вызвать интереса у читателя. Оптимальная длина заголовка составляет 8-9 слов, а лучше еще меньше.

Расскажите о чем-то новом. Большое число просмотров характерно для постов, содержащих значимые последние новости. Используйте слова, указывающие на актуальность и событийную ценность непосредственно в заголовке. Например: «Запущен новый сайт проекта «Прожектор интернет-рекламы».

Придайте сенсационность. Иногда нужен заголовок, который моментально притягивал бы внимание читателя. Эффектный, бросающий читателю вызов, другими словами, вызывающий у него желание перейти по ссылке. Например: «Исповедь одного интернет-маркетолога».

4. Используйте разметку текста

При выкладке статьи в блог делите текст на блоки, используя подзаголовки, крупный шрифт, маркированные списки. Такой контент легче воспринимается онлайн-читателем. Например, вот как мы использовали маркированный список и жирный шрифт, чтобы сделать текст визуально более привлекательным:

ДО

Babkee — это система мониторинга упоминаний в социальных медиа.

Маркетинговые исследования и мониторинг упоминаний бренда в социальных медиа — самый надежный способ получить информацию прямо из уст и рук клиента и оценить репутацию бренда.

Сервис незаменим для тех, кто следит за рынком, конкурентами и динамикой потребностей аудитории. Также с помощью системы Babkee можно проводить анализ эффективности рекламных кампаний в интернете и осуществлять оперативную поддержку пользователей.

Babkee — новый продукт молодой и инновационной команды Ingate Development. К его проектированию и созданию приложили руку приглашенные консультанты и эксперты крупных

ПОСЛЕ

Babkee — это система мониторинга упоминаний в социальных медиа.

С помощью системы вы сможете выполнять:

— маркетинговые исследования;
— мониторинг упоминаний бренда в социальных медиа;
— оценку репутации бренда;
— анализ эффективности рекламных кампаний в интернете;
— оперативную поддержку пользователей.

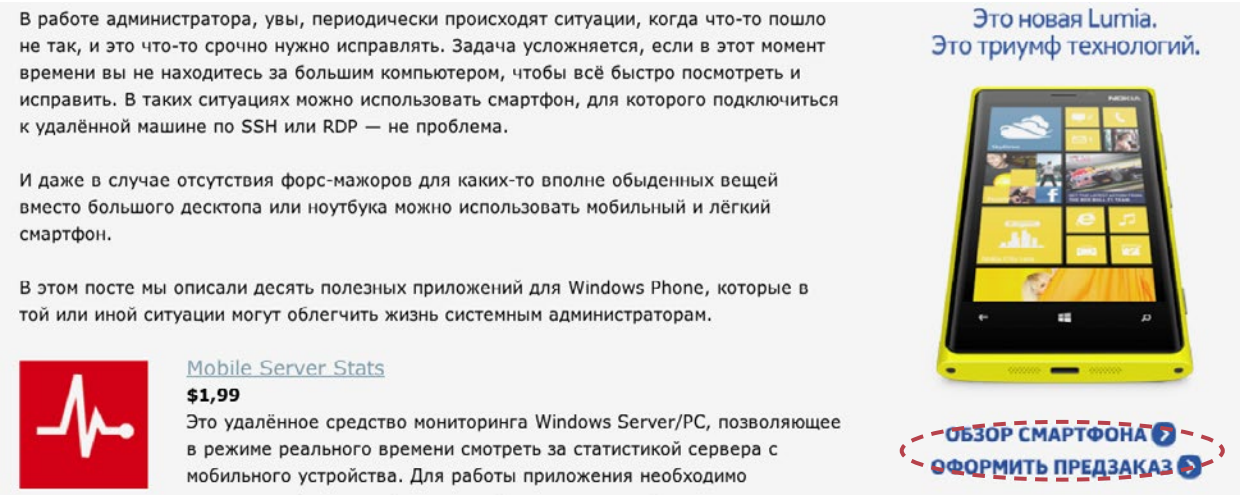
Для чего нужен сервис?

Сервис незаменим для тех, кто следит за рынком и конкурентами, потребностями аудитории.

Babkee — новый продукт молодой и инновационной команды Ingate Development. К его проектированию и созданию приложили руку приглашенные консультанты и эксперты крупных

5. Размещайте в блоге побуждения к действию

После того как у блога образовалась постоянная читательская аудитория, можно превратить ее в потенциальных покупателей. Правильно построенный пост в блоге всегда содержит ссылки на другие ресурсы компании, а точнее — на целевые страницы с доступными для скачивания предложениями: электронной книгой, записью вебинара, демоверсией продукта и т.д.



6. Вставляйте в текст ключевые слова

Каждый пост в блоге должен доносить до читателя одну мысль и быть ориентирован на два-три ключевых слова. Это нужно как для простоты восприятия текста, так и для привлечения поисковых машин по определенным запросам. По возможности используйте ключевые слова и в заголовке поста.

7. Учите только тому, что можно применить

Читателям захочется поделиться вашим постом с другими, только если они найдут в нем практическое решение проблемы, поэтому делайте четкие выводы и давайте реальные рекомендации, которые можно применить на практике.

Жизнь сайта после аудита. Рецепт выписан, начинаем лечение 5082

К категории

Аудит, конечно, полезная штука, но что же делать после того, как отчет получен? Что, если на сайте найдено множество ошибок, но вы не знаете, как их исправить?

В рамках данной статьи предлагаю рассмотреть наиболее распространенные ошибки и варианты их решения.

В ходе анализа базы сервисов Rookee и Rooletka, был выявлен список из 10 наиболее распространенных ошибок, которые в той или иной степени могут помешать успешному продвижению вашего сайта в ТОП.

ТОП10 самых распространенных ошибок:

8. Дайте возможность узнать больше о продукте

Не забывайте в текстах блога ставить ссылки на страницы своего сайта (конечно, в умеренных количествах). Это поможет заинтересованным читателям быстрее найти на вашем сайте страницу товара или услуги, о которых вы рассказываете в своем посте.

По этой причине мы постоянно занимаемся дизайном карты и с каждым обновлением вносим различные изменения. Сегодня в дизайне карты Москвы произошли значительные изменения, о них мы и расскажем подробнее.

9. Используйте метафоры

Метафоры украшают любой текст. Не думайте, что метафоры уместны только в художественной литературе. Они должны использоваться и в блогах. Ведь сравнивая две очевидно непохожие вещи и проводя между ними параллель, вы можете показать их значимость и повысить интерес к предмету повествования.

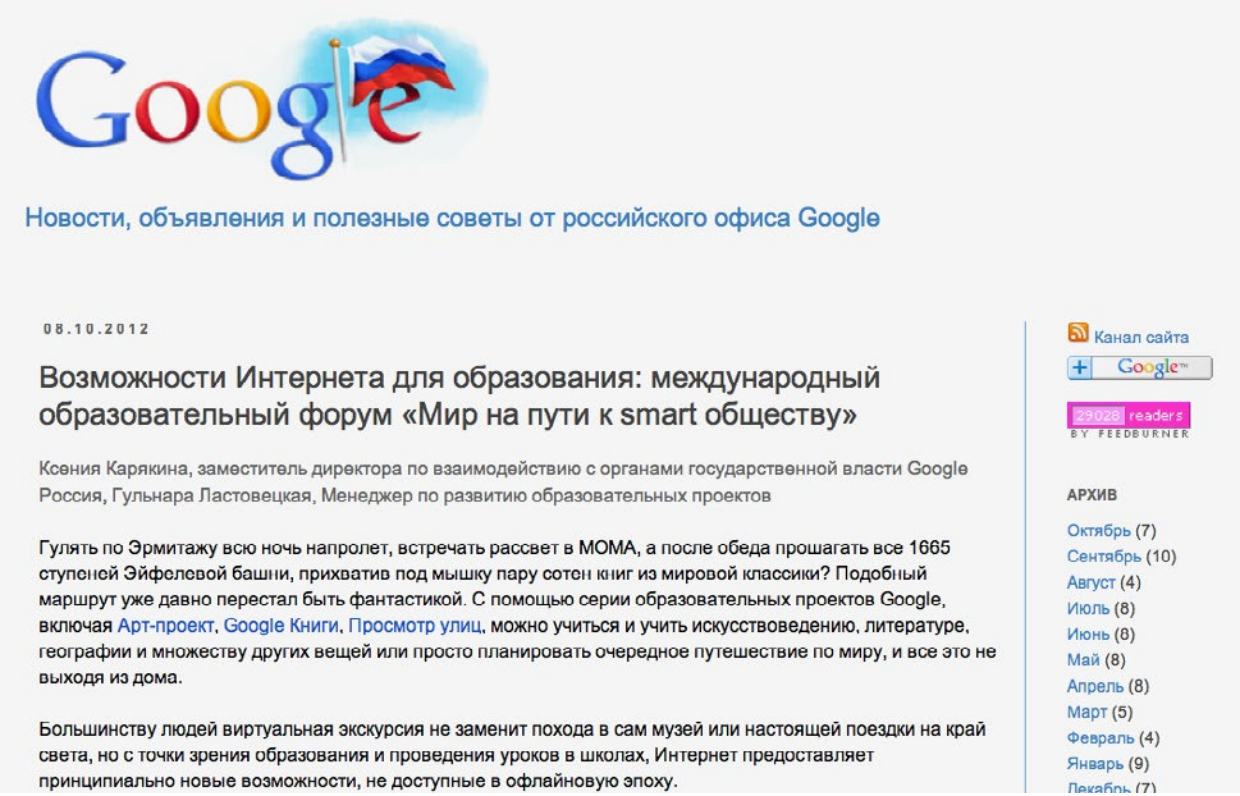
10. Пишите увлекательно

Информативный материал не значит скучный. То, что вы продаете цветы онлайн, не значит, что ваш блог не может быть интересным. Снимите ролики о том, как правильно дарить цветы, расскажите об этикете и т.д. Покажите, что в вашем блоге есть масса полезной и увлекательной информации.

Наш новый ролик – о том, как менялась одежда и мы вместе с ней за последнюю четверть века. Давайте немного поностальгируем и вспомним, что мы носили и как старались успеть за модой.

11. Займите четкую позицию

Хорошие посты не могут быть беспредметными или без определенной идеи. Наоборот, они должны быть четкими, конкретными и точными. Займите определенную позицию, правильно выбирайте слова и будьте последовательны. Будьте экспертом в своей области.



Новости, объявления и полезные советы от российского офиса Google

08.10.2012

Возможности Интернета для образования: международный образовательный форум «Мир на пути к smart обществу»

Ксения Карякина, заместитель директора по взаимодействию с органами государственной власти Google Россия, Гульнара Ластовецкая, Менеджер по развитию образовательных проектов

Гулять по Эрмитажу всю ночь напролет, встречать рассвет в МОМА, а после обеда прошагать все 1665 ступеней Эйфелевой башни, прихватив под мышку пару сотен книг из мировой классики? Подобный маршрут уже давно перестал быть фантастикой. С помощью серии образовательных проектов Google, включая Арт-проект, Google Книги, Просмотр улиц, можно учиться и учить искусствоведению, литературе, географии и множеству других вещей или просто планировать очередное путешествие по миру, и все это не выходя из дома.

Большинству людей виртуальная экскурсия не заменит похода в сам музей или настоящей поездки на край света, но с точки зрения образования и проведения уроков в школах, Интернет предоставляет принципиально новые возможности, не доступные в офлайновую эпоху.

Канал сайта

Google

29028 readers BY FEEDBURNER

АРХИВ

Октябрь (7)
Сентябрь (10)
Август (4)
Июль (8)
Июнь (8)
Май (8)
Апрель (8)
Март (5)
Февраль (4)
Январь (9)
Декабрь (7)

Глава 4

КАК РАСКРУТИТЬ БЛОГ?

Если вы хотите, чтобы ваш блог выделялся среди всех остальных, вам нужно рекламировать его. Продвижение способствует росту посещаемости блога, увеличивает видимость бренда в сети и помогает заработать репутацию эксперта в отрасли. В этой главе мы рассмотрим различные способы повышения популярности блога.

1. Привлекайте других блогеров

Отличным началом для продвижения блога будет эффективное использование ваших существующих связей, а также создание новых. Обращайтесь к влиятельным блогерам напрямую или упоминайте их в вашем блоге и социальных медиа, привлекая таким образом их внимание к вашему ресурсу. Предоставьте им возможность поделиться вашими постами со своими читателями. Это не только позволит вам расширить аудиторию, но и увеличит количество внешних ссылок на ваш блог и повысит позиции постов в поисковых системах.

2. Распространяйте материалы в социальных медиа

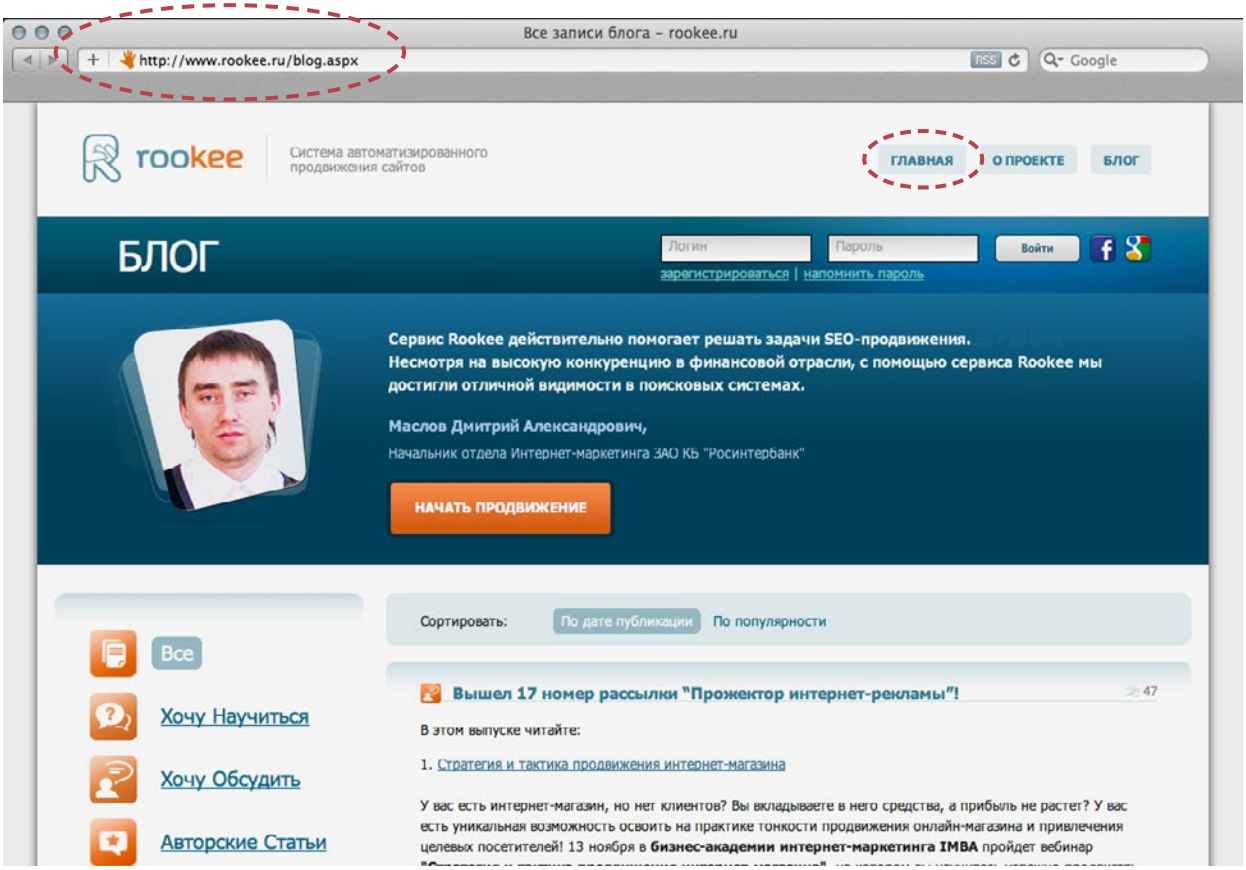
Мы уже говорили во второй главе о том, что в каждом посте должны быть кнопки социальных сетей, чтобы читатели могли поделиться интересным материалом в своем профиле. Помимо этого, настройте автоматическую републикацию новых постов на страничках вашей компании в социальных сетях: Twitter, Facebook, ВКонтакте, LinkedIn, Google+.

3. Разместите баннер на основном сайте компании

Расскажите посетителям вашего сайта о своем блоге — повесьте на главной странице и на странице «О компании» яркий баннер. Поработайте с призывом к действию. Например, вы можете обратить внимание аудитории на количество людей, уже подписавшихся на ваш блог: «5 000 человек уже читают наш блог. Присоединяйся!».

4. Свяжите блог с веб-сайтом

Представьте на минуту, что блог — это первый источник информации о вашей компании для потенциального клиента. Дайте пользователям возможность узнать больше о вашей компании: создайте блог на поддомене (blog.site.ru) или как отдельный раздел сайта (site.ru/blog). Убедитесь, что меню и другие элементы блога позволяют читателям легко выйти на основной сайт вашей компании, если это потребуется.



5. Вставьте ссылку на блог в подпись электронного письма

Вы и ваши сотрудники ежедневно посылаете своим клиентам, партнерам множество электронных писем. Включите в подпись ссылку на ваш блог — ведь в нем освещаются самые разнообразные темы, которые могут быть интересны адресату письма. Вы будете удивлены, насколько высокую посещаемость обеспечит блогу такой простой прием.

6. Расскажите о блоге во время презентации

Если вы присутствуете на отраслевом мероприятии или проводите презентацию на конференции, сообщите аудитории, что более подробная информация по отдельному вопросу содержится в блоге вашей компании. На мероприятиях вы можете также использовать QR-код (штрих-код, считываемый мобильным телефоном). Разместите его на визитках и рекламных материалах, и представители целевой аудитории смогут быстро и легко подписаться на ваш блог.

7. Организуйте конкурс

Когда у корпоративного блога уже наберется достаточное количество читателей, его можно будет увеличить, устроив конкурс. Соревнование может быть любым, главное, чтобы от участника не требовалось множество действий. А вот систему регистрации в конкурсе лучше реализовать так, чтобы пользователи давали ссылки на вас. Предложите им либо опубликовать пост в своем блоге, либо ретвитнуть пост из вашего блога, либо «лайкнуть» вашу страницу на Facebook, чтобы быть допущенными к участию в конкурсе. Любой из этих способов повысит читаемость вашего блога и привлечет к нему новых посетителей.

Старт конкурса инструкций по системе uCoz

18.01.2012
Среда
22:35

Конкурсы

Буквально недавно (29 декабря 2011 года) были объявлены результаты конкурса PHP-скриптов - победители объявлены, призы вручены. Теперь можно смело объявить о старте нового конкурса, принять участие в котором может любой пользователь системы uCoz ! 19 января 2012 года стартует конкурс инструкций по системе uCoz, который продлится до 1 марта 2012 года. Все что требуется для участия в конкурсе - это просто написать полезную инструкцию и поделиться ей с пользователями системы!

8. Работайте с комментариями

Сегодня все больше людей при выборе товара читают отзывы в блогах. Благодарите пользователей, которые оставляют в вашем блоге свои отзывы, вступайте в диалог с аудиторией — так вы сможете мотивировать людей комментировать ваши записи снова и снова.

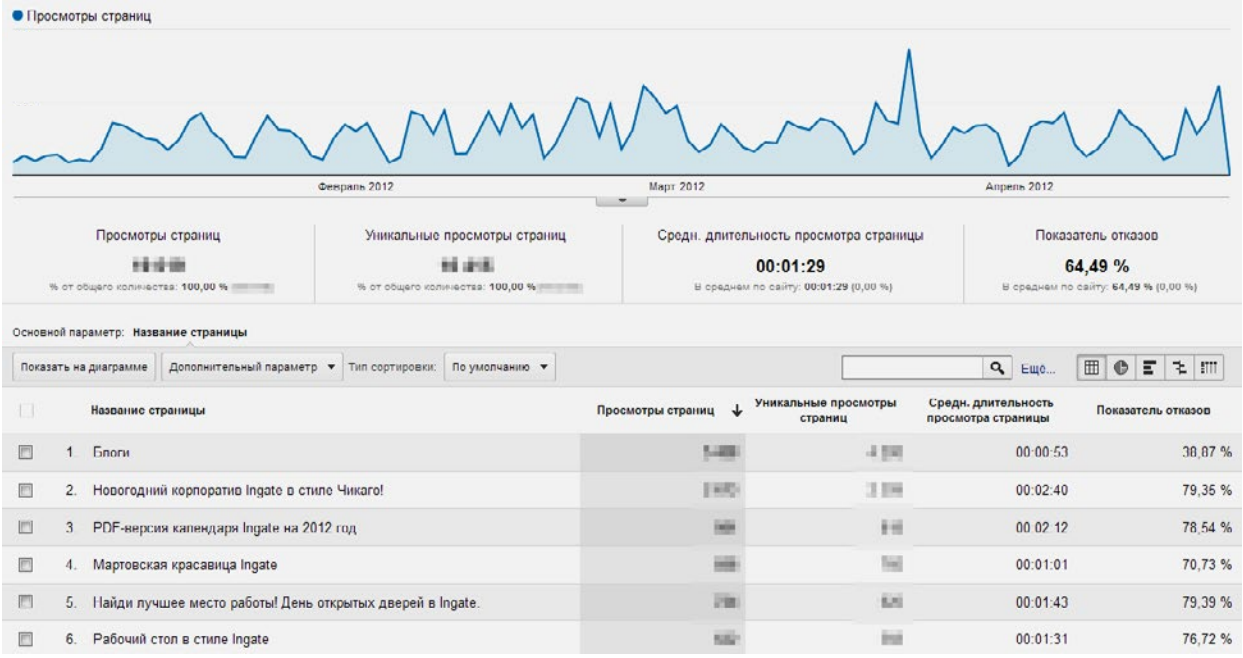
Глава 5

КАК ОЦЕНИТЬ ЭФФЕКТИВНОСТЬ БЛОГА?

В процессе ведения корпоративного блога очень важно отслеживать, какой отклик получают ваши сообщения. Это позволяет оценить эффективность блога и целесообразность его существования. Для оценки корпоративного блога существует обширный набор показателей. Рассмотрим самые важные из них.

1. Количество посетителей

Чем больше посетителей, тем более авторитетным является ваш корпоративный блог, тем больше лояльной аудитории вы объединяете под флагом своего бренда. Отслеживайте количество посещений блога в динамике: так вы сможете измерить рост популярности вашего блога. Помимо этого, анализируйте количество посещений отдельных статей в блоге. Это поможет лучше понять, какой именно тип контента нужен вашей целевой аудитории. Посмотрите на пять ваших самых успешных постов. Что между ними общего?



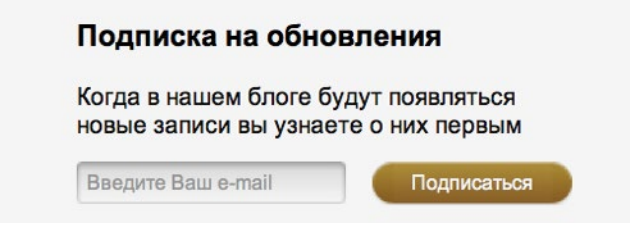
2. Количество лидов

Лид — это анкета с персональными данными потенциального клиента, которую он заполнил в обмен на полезную информацию, предоставленную вашей компанией: запись вебинара, электронную книгу и др. Лиды далеко не всегда работают на увеличение продаж, но они позволяют вам вовлекать целевую аудиторию в деятельность бренда.

Превращение читателей блога в потенциальных клиентов — это то, что обеспечивает рост и успех вашего бизнеса. Ведите статистику лидов, полученных с блога в целом, и сравнивайте этот показатель со статистикой по другим инструментам интернет-маркетинга. А показатель количества лидов с отдельных постов поможет выявить самые эффективные статьи, даже если их посещаемость будет невысокой.

3. Количество подписчиков

Чтобы читатель начал осознавать, что ваша компания действительно профессиональна и авторитетна на рынке, ему потребуется прочитать не одну статью в вашем блоге. Предоставьте пользователям возможность подписаться на обновления блога через RSS или email, чтобы они всегда могли получать свежие материалы прямо на почту.



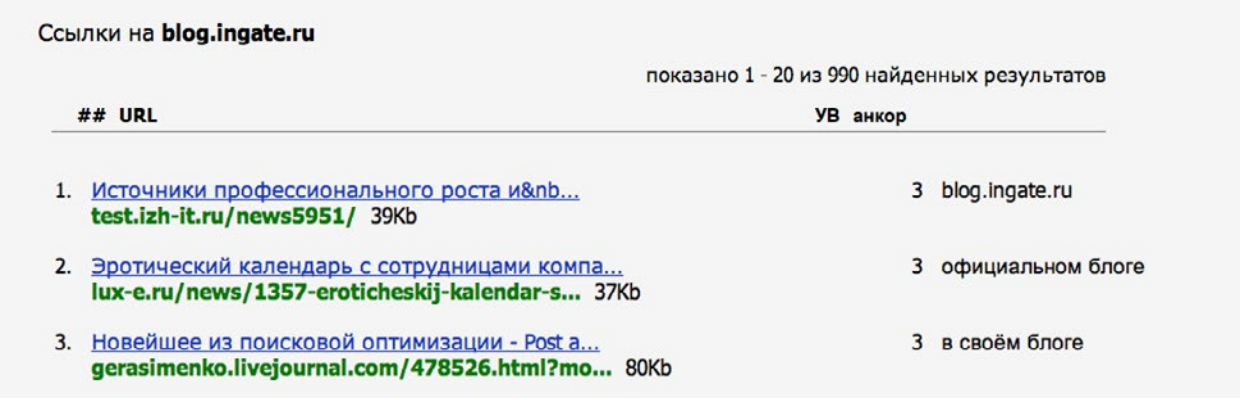
Количество подписчиков блога — это хороший показатель качества и целостности контента. Ваши подписчики являются основной читательской аудиторией и помогают донести ваши идеи до других.

4. Количество внешних ссылок на блог

Когда другой веб-сайт дает ссылку на страницу вашего ресурса, это называется внешней ссылкой. Поисковые системы используют внешние ссылки при определении позиций страниц в результатах поиска. Поскольку посты в блоге носят информативный, обучающий характер, вероятность получения внешней ссылки на пост выше, чем на коммерческую страницу сайта компании. Как следствие, блог является отличным средством для генерации поискового трафика на сайт.

Кроме того, оценивая, сколько внешних ссылок стои’т на каждый из постов блога, вы можете понять, какой контент наиболее популярен. Это позволит вам сделать блог еще интереснее для читателей.

Для отслеживания внешних ссылок на сайт удобно использовать сервис solomono.ru


Ссылки на **blog.ingate.ru**

показано 1 - 20 из 990 найденных результатов

##	URL	УВ	анкор
1.	Источники профессионального роста и&nb... test.izh-it.ru/news5951/ 39Kb	3	blog.ingate.ru
2.	Эротический календарь с сотрудницами компа... lux-e.ru/news/1357-eroticheskij-kalendar-s... 37Kb	3	официальном блоге
3.	Новейшее из поисковой оптимизации - Post a... gerasimenko.livejournal.com/478526.html?mo... 80Kb	3	в своём блоге

5. Количество лайков в социальных медиа

Социальные сети — это полноценный источник трафика на ваш блог. Посмотрите, какие из статей набрали в социальных сетях больше всего «лайков», сколько человек опубликовали их на своей стене. Так вы поймете, какие материалы привлекают к себе наибольшее внимание пользователей соцсетей.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Авторам хороших корпоративных блогов приходится ходить по острию ножа: их посты должны представлять ценность для клиентов и при этом соответствовать целям бизнеса. Приведем несколько советов, как найти «правильный» контент и вести диалог с целевой аудиторией.

1. Сфокусируйтесь на полезном контенте

Читатели приходят в ваш блог, чтобы почерпнуть из него полезную и интересную информацию. Если вы производите мебель, пишите о передовых методах работы в вашей отрасли и отвечайте на типичные вопросы клиентов. Такой контент и увеличит поисковый трафик, и привлечет к вашему корпоративному сайту внимание перспективных клиентов.

Спасение хороших книг – наша работа

(голосов: **5**, всего: **2.20** из 5)

Опубликовано в разделах: История книг, Мы. Жизнь издательства, Наши книги

Автор: Михаил Иванов

До того, как стать издателем, я часто сталкивался с тем, что очень хорошие книги издаются очень плохо. Мне их было очень жаль. Став издателем, я настоял на том, чтобы мы купили права на ряд уже изданных книг. Почти во всех этих книгах мы заново сделали перевод, сделали новые обложку, верстку и редактуру.

Вот небольшой список того, что было и что мы из этого сделали

Джек. Мои годы в GE

2. Общайтесь с читателями

Интернет-пользователям нравится читать ваш блог потому, что за ним стоят живые люди. Чтобы укрепить взаимную привязанность, общайтесь с читателями чаще. Проведите мини-опрос о том, какие посты им нравятся больше всего, и скорректируйте стратегию ведения блога, опираясь на полученные мнения. Предложите им задать любые вопросы и ответьте на них прямо в блоге. Будьте ближе к читателям, и их доверие к вашей компании будет расти.

Дмитрий (07.05.2007 14:46) (Ответить)

Интересно следить за новостями издательства! И блог первый создали – молодцы! А не могли бы вы выкладывать на свой сайт или здесь не только рейтинг рецензий книг, но и рейтинг продаж ваших книг? Например ежемесячно, или ежеквартально. Или это коммерческая тайна?

Алёна Макова (07.05.2007 22:13) (Ответить)

Дмитрий, я думаю можно попробовать. По крайней мере 10 лидеров по итогам месяца:) Спасибо за идею.

3. Мыслите как издательство

Запомните: вы не автор корпоративного блога, вы — онлайн-издательство. Ваши обязанности должны быть абсолютно такими же, как у издателей традиционных СМИ, с той лишь разницей, что все публикуемые материалы связаны непосредственно с вашим бизнесом.

Так, издатели постоянно работают над содержанием материалов, определяют оптимальные способы публикации контента, заботятся об увеличении охвата аудитории, а также находят возможности для размещения рекламы. Выполняйте аналогичную работу по отношению к корпоративному блогу, и тогда контент, который вы создаете, будет иметь ценность для потенциальных клиентов и обеспечивать наилучшие показатели конверсии для вашего бизнеса.

4. Используйте современные инструменты интернет-маркетолога

Чтобы сформировать репутацию компании как эксперта рынка, вам необходимо получать достоверную информацию об активности ваших конкурентов в блогосфере, отслеживать потребности целевой аудитории, своевременно реагировать на упоминания вашего бренда в сети. Проводите эти исследования БЕСПЛАТНО с помощью сервиса Babkee — системы мониторинга СМИ и соцсетей.

5. Обучайтесь

Будьте в курсе последних новостей сферы Digital — читайте порталы Лайкни и SEOnews, вступайте в сообщество «Соб@чье мнение Ingate». Следите за обновлением наших учебных материалов по SEO, SMM, лидогенерации на сайте smm.ingate.ru. Приходите на занятия в учебно-практический центр интернет-маркетинга IMBA.

Теперь вам не придется собирать разрозненную информацию воедино — мы собрали из многочисленных источников все полезное, что поможет вам разобраться в специфике интернет-рынка.

В серии «Спроси Ingate» уже вышли книги:

— Интернет-маркетинг за 55 минут
— Как получить в 2 раза больше клиентов с сайта. Введение в генерацию лидов
— 100 идей контента
— Учебник по SMM
— Энциклопедия поискового продвижения Ingate
— 10 грехов SEO-оптимизатора
— 75 фактов об интернет-маркетинге

В РОЛЯХ

В России не так много хороших корпоративных блогов. Чтобы проиллюстрировать эту книгу, мы изучили следующие блоги:

blog.ingate.ru
blog.babkee.ru
rookee.ru/blog.aspx
googlerussiablog.blogspot.com
clubs.ya.ru/company
blog.blogun.ru
blog.ucoz.ru
rgsblog.ru
habrahabr.ru/company/Nokia
blog.mann-ivanov-ferber.ru

Создайте свой ВЫДАЮЩИЙСЯ корпоративный блог!