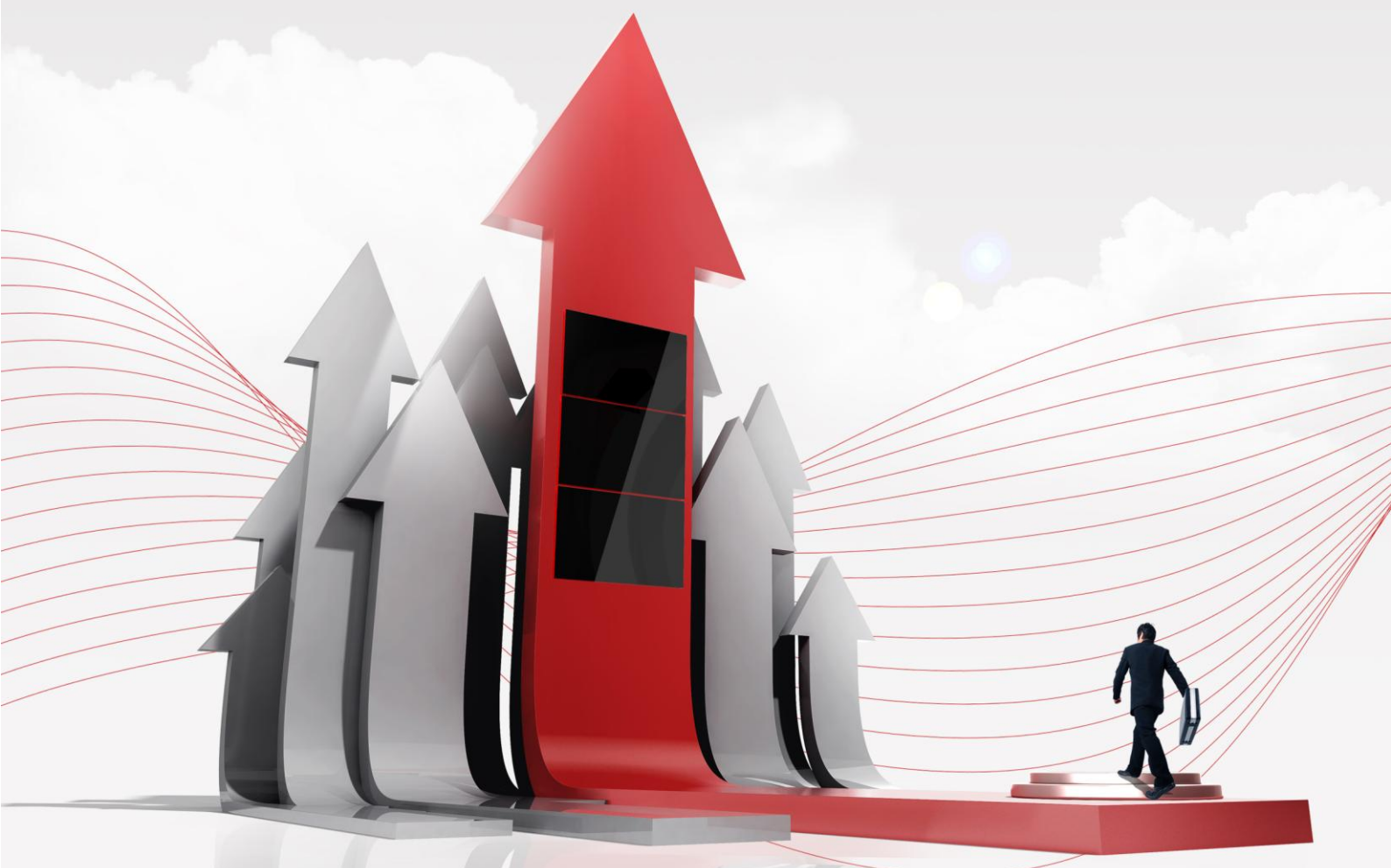


Евгений Литвин

БЕСТСЕЛЛЕР

# 10 шагов к Успешному Блогу 2.0



10 непреложных  
законов  
блоггинга

Евгений Литвин

**10 шагов** к Успешному Блогу 2.0  
**10** непреложных  
**Законов** Блоггинга

© 2011 \_\_\_\_\_

# Содержание

<b><u>Вступление – как все начиналось.....</u></b>	<b><u>4</u></b>
<b><u>№1 Блог – аватар в Интернете.....</u></b>	<b><u>6</u></b>
<b><u>№2 Блоггинг с открытым лицом.....</u></b>	<b><u>8</u></b>
<b><u>№3 Посвящение в миссию.....</u></b>	<b><u>11</u></b>
<b><u>№4 Беспроblemность.....</u></b>	<b><u>13</u></b>
<b><u>№5 Больше жизни!.....</u></b>	<b><u>15</u></b>
<b><u>№6 Все для читателя.....</u></b>	<b><u>17</u></b>
<b><u>№7 Любовь к читателям.....</u></b>	<b><u>20</u></b>
<b><u>№8 Последовательность.....</u></b>	<b><u>23</u></b>
<b><u>№9 Продвижение не заканчивается никогда.....</u></b>	<b><u>25</u></b>
<b><u>№10 Отдавайте, потом продавайте.....</u></b>	<b><u>27</u></b>
<b><u>Заключение – напутствие читателю.....</u></b>	<b><u>30</u></b>

## Вступление – как все начиналось



Меня как-то спросили в интервью: *«Ты помнишь, как все начиналось?»*. Тогда еще я отлично все помнил, но еще не понимал, как далеко заведут все эти начинания.

Сейчас, после ряда успешных проектов в блоггинге, десятков «взращенных» блоггеров, сотен статей, написанных о блогах, тысяч полученных комментариев, десятков тысяч читателей по всему Интернету и недавно изданной бумажной книги **«Прибыльный блог: создай, раскрути и заработай»**, мне стало очень очевидно, зачем нужно *«помнить, как все начиналось»*.

Помнить нужно по той причине, что, только отделив ошибки от полезного опыта, успех от случайной удачи, можно дать понимание того, на чем базируется истинный успех блоггера.

Первую версию книги скачали тысячи начинающих и опытных блоггеров, и теперь я хочу в знак признательности и уважения, представить новую переработанную версию книги. В новой версии это уже не шаги к успеху, а нечто более фундаментальное – **«10 непреложных законов блоггинга»**.

Может быть, эта книга спасет ваш блог, бизнес или репутацию. Сейчас, когда блоггинг «повзрослел», бывшие студенты и новички стали молодыми гуру, пришли взрослые, амбициозные люди с желанием строить бизнес на основе личного бренда, офлайн-специалисты начали осваивать блоггинг как способ выживания и конкурентирования. Появились или, как это обычно происходит, переквалифицировались в гуру блоггинга, люди, которые учат всему на свете, ничего, в частности, не умея.

Порой я многими часами исправляю ошибки в стратегии ведения блога, позиционировании блоггера или просто переделываю с чистого листа все то, что несколько месяцев пытался делать самостоятельно мой очередной клиент. В таких ситуациях мне больше хочется, чтобы мои клиенты не знали ничего о блоггинге, чем знали много разного рода заблуждений.

И сейчас, возвращаясь к мысли «помню ли я как все начиналось», да, я помню, но, если бы я начинал все сейчас, я бы делал все тоже самое, но в разы быстрее и лучше!

Меняется время, технологии, тренды, растет конкуренция, но не меняется главное – люди. Эта книга ставит задачей рассказать о самой фундаментальной составляющей блоггинга и публичной деятельности в интернете – о **10 Непреложных Законах**.

## №1 Блог – аватар в Интернете



Как известно, «встречают по одежке». Внешний вид всегда формирует первое мнение, влияя в дальнейшем и на все последующие оценки. И это логично: если на деловую встречу вы напялили самопальный пиджак и рваные брюки, то, очевидно, что ваше первое свидание с клиентом будет и последним.

Но, тоже самое касается и вашего блога, который для всех посетителей – ваше лицо в Интернете.

По качеству вашего блога станут судить о вашей квалификации. Умеете вы сами сделать красивый, качественный блог или не умеете – никого это не интересует. Оценивать вашу компетенцию будут де факто – по тому, что люди увидят, зайдя на ваш блог.

Если ваш блог хорошо оформлен, наполнен хорошим контентом, обладает высококлассным дизайном – тогда все ОК; Ваша аудитория воспримет вас как серьезного специалиста в своем деле.

Справедливо и обратное: если ваш блог сделан как попало, всерьез вас не воспримут. При этом вы можете вообще не разбираться, что есть хорошо, а что плохо в блоггинге, будучи специалистом совсем в другой области.

Блогхостинги – когда-то они дали мощный импульс к развитию блоггинга. Теперь их время уходит. Если ваш блог размещен на блогхостинге вроде

«Livejournal» или «Liveinternet», «Mail.ru» и им подобным, то показать аудитории, что вы эксперт – не важно, в чем именно – нереально. Для вас иметь блог на таком хостинге равносильно тому, как если бы, будучи врачом, вы принимали пациентов в шумной коммунальной квартире.

Блогер, ведущий блог на подобном блогхостинге, автоматически транслирует сообщение: «У меня нет денег или квалификации обзавестись нормальным автономным ресурсом» (нет 5\$ в месяц на хостинг и 10\$ на домен). Соответственно, раскручивать подобный блог равносильно организации деловой встречи в общественном парке на скамеечке – согласитесь, не лучшее решение.

Если вы действительно хотите получить от вашего блога нечто более серьезное, то раз и навсегда забудьте про «самостоятельную сборку блогов», «блоги за пять минут с 0», «блоги на бесплатном хостинге», и подобную ерунду. Берегите репутацию.

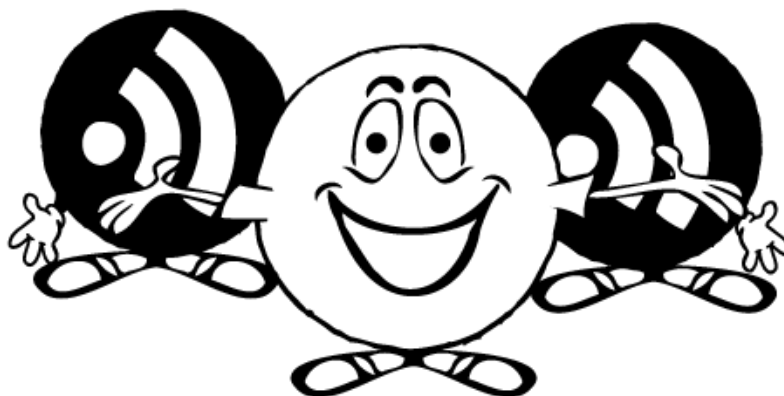
Вы либо учитесь делать качественные блоги сами (веб-дизайн + веб-программирование + архитектура выбранной CMS), либо покупаете услуги у специалистов – третьего не дано. Полуфабрикаты, как правило, не жизнеспособны в современных реалиях Интернета.

«Покажи мне свой блог, и я скажу, кто ты». Никто из пользователей Интернета не будет задумываться о том, каковы вы в жизни, размышлять над тонкостями вашего характера или выяснять, какими компьютерными мощностями вы располагаете. Вашей аудитории интересно одно – как ваш блог выглядит в их глазах. Если, к примеру, вы не умеете качественно оформлять посты, как можно скорее учитесь этому, делегируйте эту задачу, консультируйтесь со специалистами.

Ни в коем случае ваш блог не должен свидетельствовать о том, что в блоггинге или Интернете вы – новичок. Да, к новичкам относятся снисходительно и стараются им помочь. Но у новичка никто никогда ничего не закажет, не купит, и никто не расценит мнение новичка серьезно.

Поэтому сразу же забывайте о том, что вы чего-то не умеете. Ваша задача не уметь все на свете, а обладать первоклассными инструментами ведения бизнеса в интернете, в том числе и блога.

## №2 Блоггинг с открытым лицом



В первую очередь в авторе блога его посетители хотят видеть не автомат по производству контента, а живого человека.

Поэтому, во-первых, раз и навсегда забываем ник-неймы типа, «ALEX345», или «СексиКискО99». Во-вторых, забываем о мультяшных картинках на аватаре, кавайных розовых юзерпиках и подобной мишуре.

Причем отказываемся от подобного рода ников и аватарок повсеместно: на блоге, в комментариях, в Твиттере, Skype, ICQ, одним словом, везде, где вы общаетесь с вашими читателями (или можете с ними встретиться).

Первое, что обязательно должно присутствовать на вашем блоге, – информация об авторе. И это должны быть не скучные биографические факты из жизни – «родился», «учился», «женился», «награжден в...» - нет, это не то, что интересует ваших читателей прежде всего.

Да, у каждого из вас, наверняка есть прошлое, о котором можно долго и со вкусом рассказывать. Но на вашей «Странице об Авторе» должна быть информация о том, как вы любите свое дело, какие-либо интересные факты о вас, представляющие вас как уникальную личность. Вы взбирались на Эверест, опускались в Марианскую впадину или совершали кругосветное плаванье? Отлично, это именно то, что надо! Расскажите о

том, чем вы занимаетесь, и как это делает жизнь людей лучше – это тоже будет интересно читателям.

Обязательно уделите внимание тому, как именно вы начинаете общение с аудиторией на «Странице об Авторе». Да, фразы типа: «Здравствуй, дорогой Читатель! Меня зовут Иван Иванович Иванов...» - это фразы-штампы. Но, по крайней мере, они просты и заключенный в них смысл вполне ясен: вы знакомитесь, представляясь, и выбираете способ обращения к аудитории. И это намного лучше, чем литературно безупречные, но малопонятные фразы, вроде: «Судьба толкнула блог меня вести и – что ж! – мужайся, робкий мой читатель!» Это неплохо, но не создает контакта, рапорта, «мостика» между вами и вашей аудиторией.

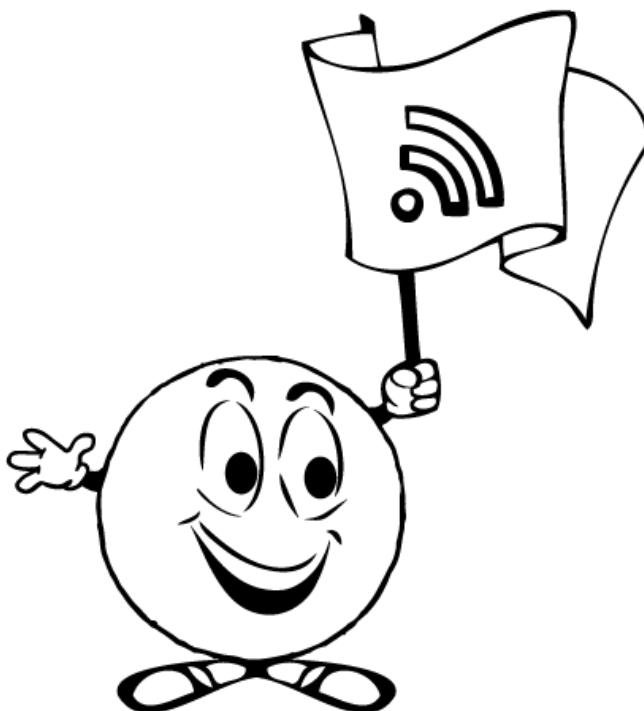
Ваше фото на блоге – важнейший момент. В идеале ваша фотография должна быть на каждой странице блога, чтобы аудитория привыкала к вам и тому факту, что именно вот этот человек (вы) ведет этот блог. Это должно быть качественное – обязательно качественное! – фото. Это не должна быть фотография, сделанная с мобильного телефона, в движении. Это не должно быть фото с двадцатью «модными» эффектами, вроде «сепии» или «гуаши». Да, если вы – дизайнер, то дерзайте. Если нет – у вас есть все шансы получить вместо фото автора непонятно что, лишив читателей блога возможности понять даже то, какого вы пола и возраста.

Одного похода в студию профессиональной фотографии, где стилист, костюмер и фотограф «высветлит» все ваши позитивные стороны, одновременно с этим заретушировав негатив, одним махом решит все ваши проблемы, обеспечив вас набором отличных фото высокого разрешения, на которых вы будете выглядеть на миллион долларов.

Важно, чтобы на фото было видно ваше лицо. Конечно, если вы обладатель идеальной фигуры (да еще при этом – симпатичная девушка) – это тоже ваш козырь. Но лицо на фото должно быть обязательно в самом хорошем качестве и ракурсе, лицо добродушного хозяина, с милой улыбкой приветствующего читателей-гостей. То есть фразу со страницы об авторе «Здравствуй, дорогой друг!» в полной мере должна отражать и ваша фотография. Это расположит читателя к вам, вызвав доверие гораздо эффективнее любой напыщенной или болезненно-серьезной физиономии на фото.

Красивая улыбка – «оружие» политиков и актеров; так почему бы и вам не взять его «на вооружение»?

## №3 Посвящение в миссию



Миссия блога – это смысл существования блога, выраженный через выгоды, которые блог несет своим читателям.

Миссия блога – это и есть ответ на вопрос: а зачем, собственно, вообще читать ваш блог, зачем подписываться на него и комментировать ваши посты?

Стоит задать себе вопрос: а зачем вообще вашим читателям тратить часть своей жизни на прочтение вашего блога? В чем причина того, что вашему блогу будут уделять внимание? Ведь интернет предоставляет пользователю массу возможностей для развлечения.

А поэтому – чем ваш блог лучше онлайн-игр? Чем он лучше «Вконтакте», «Одноклассников» и прочих социальных сетей? Чем он лучше возможности смотреть фильмы, слушать музыку в Интернете?

Ответ на этот вопрос вы должны знать обязательно. Потому что, если ваша аудитория не будет видеть, что вы ведете блог ради чего-то ей понятного и близкого по духу, ради чего-то, что несет ей, аудитории, очевидную выгоду, то вас будут воспринимать просто как человека, желающего прославиться или заработать на «ровном месте».

Миссия блога – это своего рода знамя. Это центральная идея вашего блога, за которой хочется идти вперед, в которую хочется верить. Идея, с которой читателям захочется шагнуть рядом. Миссия должна вовлекать читателя в ваш собственный мир, обещать ему что-нибудь стоящее.

Мало иметь на блоге интересный контент. Если за фактическим наполнением блога – пустота, это значит, что ваш блог не имеет четко выраженной миссии.

А раз так, то, во-первых, миссию блога необходимо четко оформить, составить ее. Для чего? Разумеется, для того, чтобы коммуницировать ее, доносить ее до читателя. Проще всего сделать это прямо, то есть описать миссию блога на одноименной странице вашего блога. Иными словами, вы должны сказать читателю: «Дорогой друг, миссия моего блога, его задача в том-то и в том-то, его цели – давать тебе то-то и то-то».

Миссию блога можно вплетать в посты, в описание вашей деятельности. К примеру, если вы выступили на конференции, то можно рассказать аудитории о том, как на этом выступлении вы доносили до всех свои «великие светлые идеи».

Но, кроме того, что миссия блога должна быть и коммуницироваться, она должна чем-то подтверждаться.

Сейчас везде, и в Интернете в том числе, полно людей, которые хотят «сделать мир лучше», «улучшить качество», «переделать» и всем «помочь». Все это звучит очень красиво, но чем занимаются эти люди? Продажи, продажи, продажи и опять продажи.

Если вы заявляете, что делаете жизнь читателей лучше, вы должны это подтвердить. Хотите поднять настроение читателям? Будьте добры, развлекайте. Хотите сделать их здоровее? Вперед, лечите. Хотите сделать читателей богаче? Нет проблем – учите их зарабатывать.

Вы должны подтверждать миссию блога, точно так же, как громкие слова необходимо подтверждать поступками.

Цель миссии блога – повести за собой массы, которые при этом не будут чувствовать себя обманутыми.

## №4 Беспроблемность



Никто из вас не пойдет на прием к гриппующему врачу или психологу, пребывающему в глубокой депрессии.

Если вы хотите зарабатывать – и речь идет не о 30-50\$ в месяц, а о деньгах, которые позволят вам вести ту жизнь, которую вы хотите, то вы должны исключительно решать проблемы, а не создавать их.

Блоггер, который критикует, жалуется, ноет, клянчит и рефлексировать, вызывает у аудитории жалость, сострадание и другие подобные эмоции, должен понимать, что эти эмоции не конвертируются в деньги.

Если вы раскритикуете кого-нибудь в пух и прах или расскажете читателям душераздирающую историю о том, как вас обманули, «кинули», обидели, это может вызвать мощную ответную реакцию, но никоим образом не поможет вам заработать, скорее, наоборот.

Поймите простую вещь: быть здоровым душой и телом, позитивным, открытым, беспроблемным человеком – выгодно во всех смыслах этого слова. Все хотят пользоваться услугами нормальных, адекватных людей, здоровых как физически, так и душевно. Работайте над этим!

Разумеется, не вся ваша жизнь может быть столь прекрасной, как на цветной глянцевой фотографии. В жизни бывает всякое – расстройства, неудачи, мелкие и крупные неурядицы. Но если ваше состояние – в глубоком «минусе», то не стоит пытаться писать о чем-то позитивном и светлом – это непременно отразится на тексте. Лучше не публикуйте ничего до тех пор, пока вы снова не вернетесь в свою «зону душевного комфорта», не окажетесь на «пике позитива».

И не позволяйте себе хандрить слишком долго! Существует масса способов, быстро выйти из подобного состояния: специальные практики, тренинги, упражнения. Уверен, у каждого из вас есть пара-тройка проверенных способов быстро «прийти в себя», вернуться в норму – используйте их!

Запомните главное: если вы создаете нечто креативное, занимаетесь творчеством – всегда будьте в норме! Создание чего-то нового и негатив – несовместимые вещи: смешайте их, и вы тут же начнете проецировать свои проблемы на читателей, которые вряд ли будут от этого в восторге.

Идеальный блоггер не должен ставить творческий процесс в зависимость от своих настроений. Вы можете находиться в любом эмоциональном состоянии, но читатель всегда должен видеть вас бодрым, подтянутым и беспроблемным; эдаким гладиатором, разносящим врагов в щепки с милой, приветливой улыбкой.

Для вашей аудитории вы должны быть человеком, решающим ее проблемы и, в то же время, не имеющим проблем своих. В нашем обществе, где пресловутый «русский менталитет» делает обычным явлением навешивание своих личных проблем друг на друга, люди уже устали от постоянных потоков взаимного негатива.

В вашем блоге читатели хотят видеть, в первую очередь, отдушину, способ решить проблемы, а не приобрести новые. Ваша задача – сделать это на 100% очевидным!

## №5 Больше жизни!



Блоггер должен не просто вести блог, но и расти вместе с ним, развиваясь и меняясь, дабы соответствовать своему блогу. Невозможно десять лет интересно описывать то, чем вы занимались за десять лет до этого и уже успели благополучно забыть.

«Живой блоггинг» – это не тогда, когда вы выдаете четко выверенный «машинный контент», реакцию общества на который можно заранее предугадать. Это контент, вызывающий непредсказуемую реакцию аудитории. Когда в ходе комментирования статьи открываются новые вопросы, поднимаются новые темы, рождаются споры по спорным вопросам и даже сам автор может почерпнуть из реакции читателей нечто новое для себя.

«Живой блоггинг» - это динамика и драйв в жизни блоггера. Если вы, взойдя на Эверест, тут же напишите об этом статью, то аудитория это почувствует и будет вам сопереживать. Но та же аудитория сразу почувствует несоответствие, если сидя на диване в тапочках вы станете описывать холодный, порывистый ветер в горах.

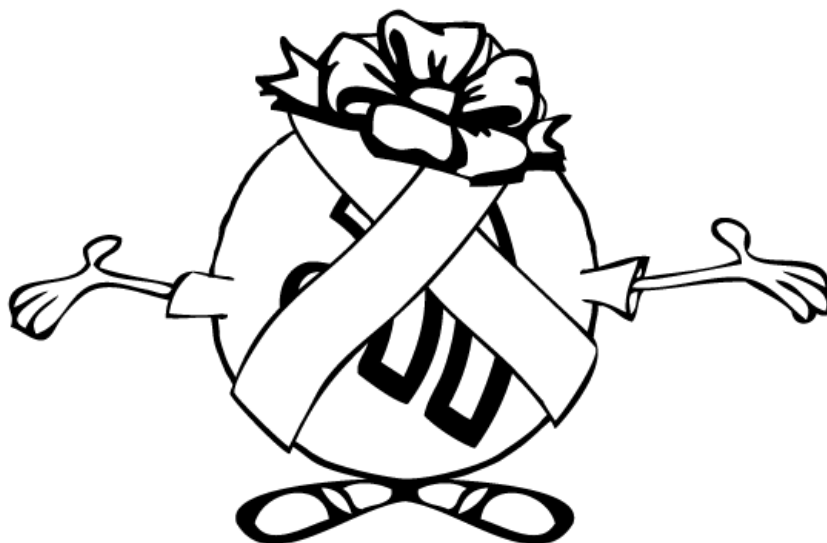
Блоггинг, как «домашний бизнес», вовсе не означает, что вы безвылазно сидите дома, лежите на диване и сутками просиживаете возле монитора. Для того, чтобы писать, вы должны вести насыщенную, активную жизнь;

только в этом случае вы сможете сообщить вашим статьям необходимый энергозаряд, который почувствует и ваша аудитория.

Поэтому, вооружившись ноутбуком, планшетом или блокнотом и ручкой, вперед во двор или парк, в кафе или ресторан, в поезд или самолет, но подальше от болота скучной рутины!

Больше жизни! Во всех смыслах!

## №6 Все для читателя



«Все для читателя» - это отдельная большая концепция, требующая самого внимательного рассмотрения.

Задумайтесь: сколько подписчиков вы хотите на ваш блог?

Тысячу? А, может, пять тысяч? Или сто тысяч?

Давайте расставим приоритеты: предположим, что что-то на блоге (дизайн, функционал) вы делаете исключительно для себя, так как вам удобно или просто нравится.

Например, в блоге есть счетчики, ссылки на «панель администратора», черный фон, зелено-розовые буквы, готический шрифт. Одним словом, все, что нравится только вам. Таким образом, вы делаете свой блог на 100% устраивающим одного-единственного человека – лично вас.

Но помимо вас есть еще ваши подписчики (например, их десять тысяч). И вот именно их функционал вашего блога устраивает уже только на 60-70%. Почему? Да потому что он содержит ненужные им элементы, например, та же ссылка на «панель администратора» нужна только вам и никому более. То же самое касается и всевозможных непонятных картинок, счетчиков и ссылок.

Взять, к примеру, те же счетчики. Вашим читателям, на самом деле, безразлично, сколько человек посещает ваш блог. Хотя если у вас на счетчике, допустим, стоит «10.000», то это, хотя бы, может быть для ваших читателей неким предметом гордости. А если это число не превышает одной тысячи? А если у вас пятьсот посетителей в день? Или пятьдесят? Тогда возникает резонный вопрос: а зачем вам этот счетчик с цифрами, отбирающий внимание посетителей?

Определенно ясно, что подобные никому не нужные вещи негативно отражаются на аудитории, а, соответственно, и на ваших доходах. Недовольный клиент – не платит.

Не важно, понимает автор блога то, что ряд элементов, типа счетчиков-картинок-ссылок никому не нужны или нет – аудитории читателей будет либо удобно пользоваться вашим блогом либо нет, и она найдет себе более комфортное место в Интернете.

Поэтому перед тем, как поместить на блог очередную картинку, виджет, фотографию или кнопку, задумайтесь – а нужно ли это вашим читателям? И не важно, что за неделю до этого вы увидели такую же кнопку или счетчик на блоге вашего лучшего друга или кумира, и она безумно вам понравилась.

Если вы сразу же, навскидку, не можете придумать объективную причину для размещения что-либо на блоге – не делайте этого. И не важно, насколько элемент, который вы желаете разместить, понравился лично вам. Покажите читателям, что все, находящееся на блоге – для них и только для них.

У блогера может быть четыре приоритета. И первый из них – сам блогер. Это касается наших собственных капризов и прихотей – «я хочу написать то-то и так-то, потому что я этого хочу».

Второй приоритет: клиенты и рекламодатели, то есть те, кто платит блогеру. Эти, понятное дело, хотят всего побольше и покачественней.

Третий – друзья и коллеги. Это те люди, которые, очень может быть, даже не читают ваш блог, но зато имеют на все свое особое мнение и всегда готовы им делиться, не взирая на то, надо вам это или нет.

Четвертый приоритет блоггера – его читатели, те, кто читает блог. И здесь очень важно понять, что популярность вашего блога и предоставляемые им возможности для заработка напрямую зависят от количества и качества вашей аудитории. От ваших читателей зависит все, именно поэтому принцип «Все для читателя» так важен. Именно поэтому этот принцип должен ставиться вами выше всех прочих принципов и приоритетов.

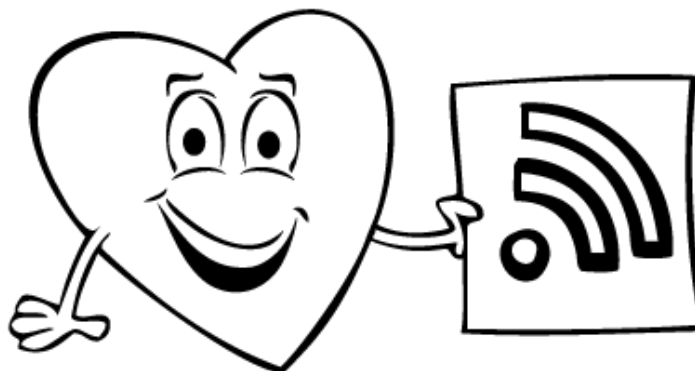
Разумеется, в соблюдении этого правила также следует избегать излишнего фанатизма. Если один из тысячи читателей хочет, чтобы шрифты у вас были красными, а ссылки – зелеными, подумайте, а так ли это, действительно, необходимо и согласятся ли с этим остальные 999 читателей.

Еще один важный момент, о котором ни в коем случае не стоит забывать: общайтесь на одном языке с вашей аудиторией. Блоггер, сыплющий заумными терминами, большинство из которых вызывают у читателя, мягко говоря, недоумение – плохой блоггер. Нет, разумеется, если вы пишете блог для узких специалистов (например, для физиков-ядерщиков) то написать нечто вроде «...а теперь друзья, мы поговорим о критике Шредингера касательно переноса положений квантовой теории суперпозиций на макроявления». Но в том случае, когда ваши читатели – домохозяйки «за тридцать», а блог посвящен вкусной и здоровой пище – оставьте заумную терминологию или, напротив, подростковый жаргон!

Все, что доставляет вашей аудитории дискомфорт, должно чем-то оправдываться. Если вы делаете что-то подобное, потому что так захотелось вам – откажитесь от этого.

Профессиональный блоггинг не должен удовлетворять исключительно ваши эгоистичные порывы; это занятие для тех, кто хочет развиваться в финансовом плане и как личность. А значит – все для читателя!

## №7 ЛЮБОВЬ К ЧИТАТЕЛЯМ



Концепция «полюбите свою аудиторию» звучит для некоторых немного непривычно, однако это очень и очень важный момент.

Создание контента – творческий процесс. И для блоггера важно не просто любить свое дело, но и, в идеале, любить и тех, кто является потребителем этого контента, своего читателя.

Слово «любовь» здесь нужно воспринимать в самом широком его понимании. Если сравнить аудиторию блоггера, например, с его родственниками, то необходимо помнить, что и среди тех и среди других встречаются самые разные люди. Редко кого из них можно назвать идеальными, однако нам не безразличны их проблемы и чувства; мы всегда стараемся им помочь, поддержать их в трудную минуту, понять их такими, как они есть.

Почему не стоит воспринимать свою аудиторию по принципу «как они нам, так и мы им»? Да потому что любовь (например, материнская) не опирается на чистую логику и эгоизм. С точки зрения рационализма мать в принципе не может любить свое чадо – зачем ей терпеть его капризы и выходки? Однако если исключить любовь из уравнения «мать-ребенок», то вряд ли из малыша вырастет хороший человек. Напротив, ребенок переймет все отрицательные черты родителей: цинизм, жесткость, эгоизм, грубость.

Поэтому если вы хотите, чтобы ваша аудитория относилась к вам хорошо, любила вас и прощала вам ваши мелкие промашки, относитесь к ней с любовью и пониманием. Да, иногда это сложно, но старайтесь, по возможности, воспитывать в себе эти чувства.

Есть несколько вещей, которые стоит запомнить. Во-первых: никогда не воюйте со своей аудиторией. Есть масса примеров, когда читатели блога не согласны с мнением блоггера и последний начинает с ними «войны», постоянно доказывая им свою правоту, поддерживая конфликт вместо того, чтобы снимать напряжение.

Пусть у ваших читателей будет своя точка зрения, пусть вы даже с ней категорически не согласны. Если вы, не идя на конфликт, станете и дальше «гнуть свою линию», то, возможно, и ваши читатели со временем, встанут на вашу сторону. Но этого точно не произойдет, если вы будете агрессивно отстаивать свое мнение, пусть даже оно абсолютно правильно.

Следовательно, конфликтуя с аудиторией, вы не принесете пользы ни себе, ни ей, а вот навредить можете сильно и, возможно, непоправимо.

Подумайте: если вы что-то пишете, а вас читают «неправильные» люди, то, может быть, вы просто неправильно и не для тех пишете?

Никогда не презирайте свою аудиторию – она остро чувствует такое отношение. Ни в коем случае не показывайте свое негативное мнение читателю, никогда не опускайте его самооценку.

Не унижайте своих читателей. То, что человек в чем-то неправ еще не значит, что это – плохой человек или глупый. Эдисон был двоечником, которого выгнали из школы за неуспеваемость, но кто теперь помнит имя тех, кто его выгонял?

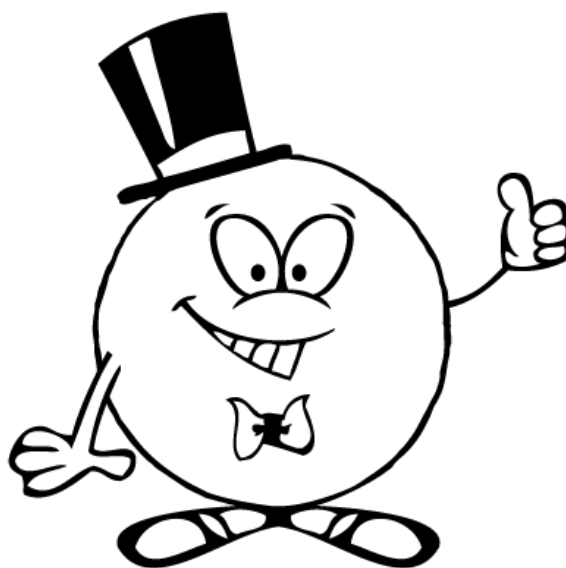
В идеале, даже находясь наедине с собой, самую жесткую критику вы должны воспринимать со снисходительной улыбкой. Для вас самих будет лучше, если вы выработаете в себе именно такое отношение к негативу. Никому не станет легче, если исходя злобной пеной, скрежеща зубами, вы будете выводить в ответном комментарии улыбающийся смайлик.

Влияйте на ваших читателей положительно. Если какие-либо черты вашей аудитории вас не устраивают, воспитывайте их, но полностью, абсолютно избегая негатива.

Если вы считаете, что ваши читатели еще «не доросли» до нужного уровня восприятия – дайте им возможность вырасти и стать лучше!

Любите свою аудиторию, и она полюбит вас!

## №8 Последовательность



Последовательность – главный фактор, который формирует доверие к блоггеру.

Именно последовательность сделала множество людей популярными и любимыми «в народе». Аудитория видит – сегодня вы делаете одно, завтра вы будете делать другое, а послезавтра продолжите начатое, обязательно доведя дело до конца. Это приводит к тому, что от вас начинают ожидать неких поступков: а о чем он напишет через неделю? А какой рекорд он поставит через месяц? А какой конкурс будет летом?

Если читатель привык к тому, что вы выдаете интересный контент, скажем, через каждые три дня, то с нетерпением ждет следующей статьи, конкурса, фотосессии, при этом морально поддерживая вас и постоянно помня о предстоящем событии.

Последовательность в блоггинге можно рассматривать как построение небоскреба: фундамент, потом первый этаж, затем второй и так далее, до самой крыши. Вы растете вместе со своим блогом, становитесь все масштабнее, значимее, уважаемее.

Фатальная ошибка многих людей – не только блоггеров, но и предпринимателей, да и просто обычных людей – метания. Эти люди

постоянно меняют свой стиль, подачу материала, позиционирование, тематику. То есть вместо одного, но законченного, высокого и красивого небоскреба они строят десятки, если не сотни стройплощадок на которых никто никогда ничего не достраивает до победного конца.

Хуже всего то, что при таком подходе к делу, при постоянных метаниях от одной концепции к другой, уходом в сторону от всего, за что бы эти люди не взялись, вера в успех постепенно покидает и их самих, и их аудиторию.

Как минимум, будьте последовательны в частоте написания статей на блоге. Не так важно, как часто вы будете их публиковать (конечно, перерывы по месяцу не допустимы; минимальная частота – один пост в неделю, максимальная – пост в день), важна регулярность.

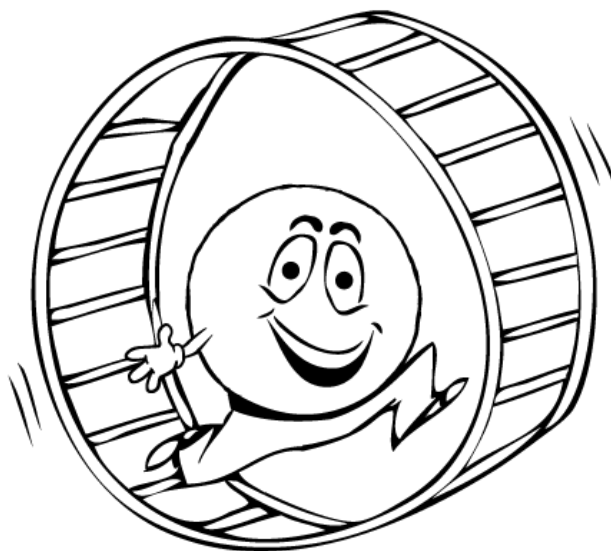
Выберите для себя частоту написания постов. Если вам удобно писать по два поста в неделю, то пишите их через равные промежутки времени (например, вторник и пятница). Таким образом, у читателей тоже будет формироваться привычка два раза в неделю в определенные дни заходить к вам на блог, читать рассылку или проверять RSS-ридер, для того чтобы прочитать и обсудить ваш новый пост.

То же самое касается и стиля оформления постов. Не нужно в каждом новом посте экспериментировать с шрифтами и стилями. Потренируйтесь в черновиках, подберите оптимальный стиль оформления и в дальнейшем придерживайтесь именно его.

Полезно также составить план публикаций, например, того, что вы будете публиковать в ближайшем квартале, полугодии, в ближайший год. При помощи такого планирования можно заранее подготовиться к знаменательным датам, дням рождения, сезонам отпусков, и подстроить свои публикации и их тематику под определенную ситуацию.

Такой подход сделает ваше появление на блоге предсказуемым и понятным; ваша аудитория будет верить, что новый пост появится вовремя и ждать его с нетерпением, а, соответственно, уважать и ценить вас за это постоянство.

## №9 Продвижение не заканчивается НИКОГДА



Продвижение вашего блога, вашего личного бренда, ваших услуг – все это не заканчивается никогда.

Вопрос «Как продвинуть свой блог?» аналогичен вопросу «А сколько дней в году чистить зубы?» или «А как заработать зарплату за май?»

Продвижение блога – ни в коем случае не разовый процесс, это направление его развития.

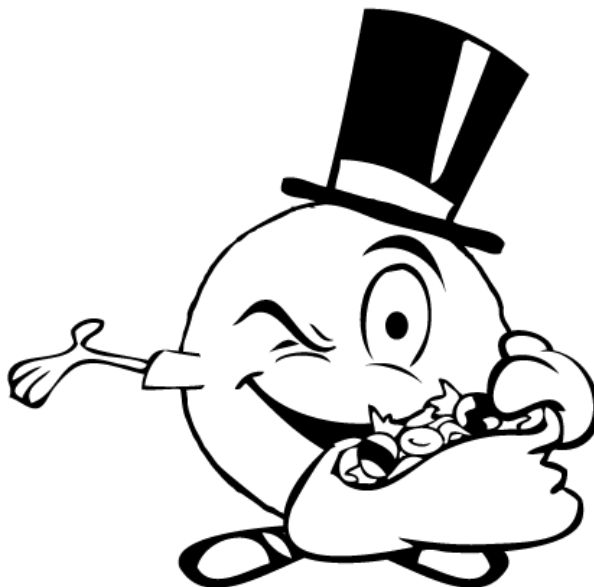
В блоггинге существуют две фазы: создание блога и его продвижение. Блог может либо развиваться и расти при его правильном продвижении, либо коллапсирует – падают позиции, остывает аудитория, уменьшается внимание. Поэтому продвижение, как и эволюцию, можно только начать, только запустить.

Продвижение может лишь меняться со временем: можно выбирать различные стратегии продвижения, менять направление, видоизменять уже существующее, но только не заканчивать. Остановить продвижение вашего блога равносильно его закрытию; это как остановить работу сердечной мышцы.

И, если авторы популярных блогов могут на некоторое время остановить продвижение, пользуясь «инерционным моментом» (уже раскрученный, очень популярный блог не может быстро опуститься в позициях, как не может сразу остановиться ротор огромной турбины), то для молодых блогеров это недопустимо. Для них крайне важно постоянное продвижение, наработка этой «инерции».

Чем более популярным, «раскрученным» становится ваш блог, тем проще становится его дальнейшее продвижение. Поэтому для молодого блоггера самое важное – сдвинуть с места и заставить вращаться маховик своей популярности. Самые сложные и неприятные моменты всегда в начале; дальше будет гораздо легче, быстрее и интереснее!

## №10 Отдавайте, потом продавайте



В блоггинге, как и в бизнесе на 100% работает принцип «Сначала сеешь, потом жнешь». Очень важно понять, что вначале читателям необходимо что-то дать.

Это «что-то» обязательно должно быть хорошим. Пусть это даже будет статья, хорошо оформленная, сверстанная и интересная. Вначале вы должны что-то отдать читателям и лишь после этого начинать продвигать, пиарить и рекламировать.

Поражают фразы типа: «Ну, пока я еще не придумал, что буду продавать, значит, мне пока рано заводить блог». К тому времени, как вы определитесь, что именно вы хотите продавать, заводить блог уже будет поздно; он уже должен был быть, качественный, раскрученный с большой, активной аудиторией. Можно сказать по-другому: блог пора заводить тогда, когда вы поняли, чем именно вы можете быть полезны для других.

Пока ваш личный бренд, ваш блог, не станут достаточно популярны, можно забыть о стратегиях продаж, «ошеломляющих скидках» на товары или «волшебных» продающих текстах – это просто не будет работать. Почему? Все очень просто – о вас пока никто ничего не знает.

Это справедливо не только для блоггинга: вряд ли девушка пригласит первого встречного незнакомца к себе домой «попить чайку». Такое поведение было бы полным нонсенсом – мало ли, что можно ожидать от малознакомого незнакомца! А в семейной жизни, это уже не привилегия, а «супружеский долг».

Точно так же и вашей аудитории необходимо почувствовать, что вы ведете блог не ради быстрых денег; что здесь нет обмана. Для начала вам необходимо получить у читателей некий кредит доверия, завоевать их лояльность. Лишь после этого и никак не раньше они начнут что-то у вас покупать и только в том случае, если это будет что-то хорошее и действительно нужное им.

Насколько уместно прямо в постах что-то промотировать и продавать каждый блоггер решает сам – здесь многое зависит от того, что именно вы продаете, для кого и ваши навыки в продажах. В одном случае это воспринимается аудиторией очень хорошо, а в другом может похоронить всю вашу репутацию. Но в любом случае необходимо избегать крайностей, жестких продаж.

«Жесткие продажи» допустимы лишь в случае с клиентом, которым вы не дорожите. В вашем же случае вам необходим каждый подписчик, поэтому никаких призывов в постах, вроде «Кто не купил – тот дурак!». Это будет воспринято как предложение выбора: купить у вас что-то или забыть о вас навсегда. Ясно ведь, что для читателя отписаться от вас и забыть о вашем существовании намного легче, чем что-то купить; вы же, в этом случае, теряете подписчика и потенциального клиента.

Крайне важно понимать цикличность принципа «Отдавайте, а затем продавайте». Вначале вы что-то отдаете, потом продаете, затем опять следует фаза «отдачи» и так постоянно. Да, некоторым нравится постоянно оценивать все, что они делают, вплоть до развешивания ценников на постах, по принципу время/деньги. Такие блоггеры думают: ага, я создал некоторое количество бесплатного контента; теперь можно заниматься исключительно продажами. Это бесперспективно – отдавать надо постоянно.

Это очень простая формула: чем больше вы хотите продать, тем больше вам нужно отдать. Этот принцип справедлив не только для блоггинга, но и вообще везде. В бизнесе, когда вы отдаете что-то хорошее, ваши клиенты понимают, что раз у вас есть что-то хорошее, что можно отдать, то продать вы можете нечто действительно исключительное и революционное.

Именно по качеству того, что вы отдаете, читатели оценят и ваши платные продукт и услуги. Помните об этом всегда!

## Заключение – напутствие читателю

Теперь, когда вы знаете о 10 принципах блоггинга, вам остается только применять их на практике, и восходить к вершинам успеха, славы и материальных благ.

Будет правильным шагом, регулярно перечитывать книгу и спрашивать себя – по-прежнему ли я и мой блог соответствует всем 10 принципам? Не жертвую ли я будущим ради настоящего? К чему приведет выбранная стратегия?

Если у вас возникнут вопросы по поводу ведения блога, вы всегда сможете найти необходимую информацию на страницах моего блога - <http://blog-expert.ru>

Там вас ждет, и постоянно добавляется, полезный материал, который можно применить на практике или использовать для решения конкретной задачи.

Буду рад видеть Вас среди клиентов, я могу сделать вам первоклассный блог, проконсультировать или осуществить аудит вашего блога.

Жду ваших отзывов и комментариев к книге по адресу [Litvin@blog-expert.ru](mailto:Litvin@blog-expert.ru)

Желаю вам удачи и успехов во всех начинаниях, а особенно в блоггинге!

С уважением, Евгений Литвин