

008

WSPÓŁPRACA Z MARKAMI

JAK NIE ZASZKODZIĆ BLOGOWI

TRNASKRYPT DO PODKASTU **ANETA DUK INTERAKTYWNIE**

Cześć nazywam się Aneta Duk, to jest podcast Interaktywnie, a ja witam Cię w 8 odcinku.

Dzisiaj opowiadam o współpracy Twórców internetowych z markami.

Ugryzę temat oczywiście od strony interaktywnej czyli to co w związku z tą współpracą ma dziać się na Twoim blogu. Odpowiem na pytanie jak rozróżnić rzeczywistą chęć współpracy z Tobą jako influencerem, a chęcią współpracy bardziej pod kątem pozycjonowania witryn. Jakie zabiegi na stronie mogą zaszkodzić Tobie lub wprowadzać w błąd Twojego czytelnika. Co z kolei może zaszkodzić Twojemu wizerunkowi. Co lubi Google, a co nie lubi i kto ponosi największe konsekwencje. Jak podchodzić do artykułów sponsorowanych. Ile jest warty Twój blog lub vlog i co na nim jest wartością i dla kogo.

Odpowiedzi na te wszystkie pytania znajdziesz w tym odcinku.

00:01:20

Ostatnio na jednej z grup facebookowych dla blogerów początkujący twórca internetowych opowiedział o pewnej propozycji współpracy, którą otrzymał od jakiejś firmy. Współpraca miała polegać na umieszczeniu linku tekstowego pomiędzy poszczególnymi kategoriami bloga. Generalnie link miał się wtopić w layout bloga. Pierwsza umowa miała być z góry na 12 miesięcy. Bloger był ewidentnie zainteresowany współpracą, zastanawiał się tylko jaką stawkę powinien zaproponować. A nie powinien w ogóle wchodzić w tą współpracę.

00:01:48

Wyczekiwania, że wreszcie ktoś zainteresuje się blogiem powodują, że często blogerzy tracą



BLOG: [ANETADUK.COM](https://anetaduk.com) | **PODCAST:** [ANETADUK.COM/PODCAST](https://anetaduk.com/podcast)

czujność. Nie analizują współpracy pod kątem swoich czytelników oraz utrzymania przede wszystkim wartości swojego bloga. Tutaj winowajcą są bardzo często statystyki. Oraz związany z nimi brak poczucia wartości tego co się robi, oczywiście w sytuacji gdy owe statyki nie powalają dużymi liczbami. To powoduje, że zainteresowanie blogiem kogokolwiek kto chce podjąć współpracę komercyjną traktowane jest jak awans, nie wspominając oczywiście o korzyściach finansowe. Bo każdy prędzej czy później chce monetyzować swoją internetową Twórczość. Musisz jednak wiedzieć, że duże liczby to pojęcie bardzo względne. I jeżeli ktoś proponuje Ci jakąkolwiek współpracę to nie robi tego z łaski, tylko widzi jakąś wartość, często taką, której Ty w ogóle nie dostrzegasz. Więc traktujesz to właśnie jak taki awans. Wow ktoś się mną interesuje to pierwszy krok do wejścia na wyższy poziom. Zanim jednak zachłystniesz się nadzieją na sławę przeanalizuj kilka elementów.

00:02:54

Pierwszą rzeczą, na którą powinieneś zwrócić uwagę to charakter współpracy. Czy firma interesuje się Tobą jako influencerem, a co za tym idzie Twoją całą twórczością i Twoim zasięgiem. Czy też interesuje się przede wszystkim Twoją stroną internetową. Czyli w tym przypadku blogiem. Jeżeli rozmowa będzie przede wszystkim o umieszczeniu linków w różnych miejscach i to głównie tekstowych. Wtopionych w treść Twojego bloga. To już powinna zapalić Ci się czerwona lampka. To oznacza, że masz do czynienia raczej z firmą zajmującą się pozycjonowaniem stron internetowych.

Oznacza to, że nie chodzi w zasadzie o reklamę na Twoim blogu tylko o linki z Twojego bloga. Które mają pozytywnie zadziałać na Google. Taka współpraca też jest zasadniczo długa trwa od 6 miesięcy w górę. Wartość Twojego bloga pod kątem chęci pozyskania z niego linków jest sprawdzana inaczej niż pod kątem współpracy typowo reklamowej. Chociaż teoretycznie strona wysoko ceniona w oczach Google powinna być popularna to w praktyce niekoniecznie tak jest. Zasadniczo strona może mieć pozytywne wskaźniki. I jako dobre źródło linków może mieć wystarczającą liczbę odwiedzin. A dla Ciebie mogą to być jeszcze małe liczby i możesz czuć, że twój blog nie przedstawia jeszcze żadnej wartości komercyjnej. Dla pozycjonera jednak jest to bardzo wartościowa strona. Ale więcej o tym będzie jeszcze później.

00:04:13

Drugi element na który powinieneś zwrócić uwagę.

Jeżeli zauważysz, że to nie jest współpraca typowo reklamowa, a chodzi przede wszystkim o pozyskanie linków z Twojego bloga i jednak ze względów finansowych będziesz chcieć taką współpracę nawiązać. To wiedz, że wiele popularnych zabiegów może być sprzeczne



z dobrymi praktykami SEO i źle się odbić na Twojej stronie internetowej. Ponieważ musisz wiedzieć, że największe konsekwencje poniesie Twój blog, jeżeli Google uzna go za farmę linków. Witryna, która linki pozyskuje z Twojego bloga ponosi konsekwencje drugorzędnie. Z prostego powodu.

Teoretycznie taka witryna nie ma wpływu na to gdzie ktoś umieści linki do jej strony internetowej. Więc złe linkowanie musi się notorycznie powtarzać. W przypadku Twojego bloga i to co na nim się dzieje jest tylko i wyłącznie w Twoich rękach. Jeżeli zamieszczasz spammerskie linki to jest to tylko i wyłącznie Twoja wina. Jeżeli zastanawiasz się co to są te spammerskie linki to ja wymienię kilka konkretnych przykładów linków tekstowych, ponieważ takie najbardziej są w kręgu zainteresowań pozycjonerskich, chociaż linkowanie zdjęć też wpływa pozytywnie na pozycjonowanie, ale tutaj skupię się na tych tekstowych bo te są najbardziej popularne.

I tak. **Jednym z gorszych linków jaki możesz umieścić na swojej stronie internetowej to linki wychodzące z menu Twojej strony.** Dodawanie linku tekstowego pomiędzy kategoriami w menu Twojej strony. To celowe wprowadzanie użytkownika w błąd. Myśląc, że przegląda Twoją stronę zostanie przekierowany gdzie indziej. Jest to bardzo nie dobre dla wizerunku Twojego bloga. Przeczy to dobrym praktykom UX. Ale także jest kompletnie nie zgodne z wytycznymi Google dla Webmasterów. Każdy link powinien być wyraźnie oznaczony. Najlepiej innym kolorem. Dodatkowo linki płatne powinny być oznaczone jako reklama oraz powinny mieć parametr rel = nofollow. Taki parametr dodaje się z poziomu html-a oraz w edytorach WYSWIG jest możliwość edycji linku i jest tam taka rubryczka na wprowadzenie tzw. relacji i ta relacja powinna mieć wartość nofollow. I to wyraźnie poinformuje Google o charakterze linku.

Kolejną złą praktyką linkowania jest ten sam link na każdej podstronie serwisu

Tyczy się to linków z nagłówka strony i ze stopki, oraz czasami z bocznej szpalty. Serwisy internetowe są najczęściej tak skonstruowane, że umieszczenie linku w tych miejscach powoduje, że ten sam link jest na każdej podstronie. Google tego też nie lubi. Tak rozmieszczone powinny być tylko linki wewnętrzne z menu. A menu oznaczone najlepiej jako nawigacja. Tak mogą być też rozmieszczone reklamy, ale odpowiednio oznaczone o czym wspominałam w poprzednim punkcie. Chociaż lepszą praktyką jest sprzedawanie reklam tematycznie związanych z daną treścią. Czyli na stronie artykułu, który jest tematycznie związany z daną reklamą. Wystrzegaj się linkowania ze stopki strony oraz wszelkich linków powielanych na każdej podstronie. Gdy rzeczywiście polecasz wejść na jakąś stronę to naturalnie umieszczasz takie linki w tekście, który do nich nawiązuje. I ten link jest zasadniczo jeden, a nie 100 czy dwieście na Twoim blogu wedle tego ile masz akurat artykułów na Blogu.

Trzecią złą praktyką linkowania jest linkowanie tzw. anchor tekstem.

Linkowanie anchor tekstem oznacza, że bieżesz słowo, które jest dla Twojego kontrahenta



ważne, jest jego frazą kluczową np. Restauracja. Zaznaczasz to słowo i podlinkowujesz pod stronę tej Restauracji.

Kiedyś była to skuteczna metoda pozycjonowania stron. W wyniku nadużyć ze strony pozycjonerów, linkowanie na anchor teksty tylko s zkodzi. Twojemu blogowi, który jest źródłem takich linków również. Dlaczego Google tego nie lubi. Uznał bowiem, że naturalne linki tak nie powstają. Naturalnie linkami są nazwy firm, adresami ich stron, czasami tekst "tutaj", "kliknij", ale nie frazy, które są frazami kluczowymi do pozycjonowania. I teraz liczy się otoczenie linku, a nie sam anchor tekst. A tak naprawdę anchor tekst może zaszkodzić. Wystrzegaj się więc tego typu linków.

Kolejną kategorią linków, których powinieneś unikać to są płatne linki z treści pod anchor tekstem.

Mówiłam już, że linki pod anchor tekstem źle wpływają na SEO Twojej strony. SEO to jest optymalizacja strony pod wyszukiwarki. Ale też zbiór dobrych praktyk dla twórców stron internetowych. Należy jednak zwrócić uwagę na to, że wszystko jest względne. I tak np anchor 'kliknij tutaj' też jest jakąś tam frazą. I czasami intuicyjnie linkujemy np. a tutaj znajdziesz "Listę samochodów" i ta fraza "Lista samochodów" linkujemy do tej listy. I to jest jak najbardziej w porządku, to jest dobra praktyka i ze strony Google nie mamy się czego obawiać. Inna sytuacja jest gdy np.mechanik samochodowy opisuje ofertę swoich usług na stroni internetowej i słowo "samochód" linkuje do salonu samochodowego. Jakiegoś swojego kontrahenta, która postanowiła nawiązać z nim współpracę w celu promowania się na jego stronie Link nie jest naturalny, dodatkowo wychodzący, zakamuflowany w treści bez ostrzeżenia, że po jego kliknięciu użytkownik trafi gdzie indziej. Także takich linków też zdecydowanie wystrzegaj się.

Kolejna zła praktyka linkowania to linkowanie wszystkiego jako dofollow.

Większość linków z Twojej strony powinna być oznaczona jako rel=nofollow. Co oznacza dokładnie nie podążaj za linkiem. Google i tak podąża za każdym linkiem. Umówmy się, jako najlepsza wyszukiwarka chce mieć zindeksowany cały Internet. Ale teoretycznie uznaje, że linkiem nofollow nie przekazujemy mocy drugiej stronie. Co powoduje, że linki nofollow są słabe. W praktyce uważam, że Google nie jest głupi i fakt, że ktoś płaci za reklamy nie uważa za minus, a raczej za plus. Tylko po prostu szkoli Twórców stron, żeby miał wszystko ładnie poznaczane, żeby łatwiej mu było układać ranking. Także linki nofollow też są potrzebne i robią robotę. Dlatego wszystkie linki płatne oznaczaj nofollow oraz wszystkie, które podajesz jako przykład czegoś. Jako dofollow oznaczaj linki tylko te, które uznajesz za strony wysokiej jakości i chcesz swoim imieniem je wesprzeć ;). Z mojego punktu widzenia i po analizie różnych artykułów, stron pozycjonowanych wyciągnęłam takie wnioski, że linki nofollow też świadczą o popularności witryny natomiast dofollow jest już potwierdzeniem wysokiej jakości tej witryny. Ale



sama popularność już robi robotę. Bo musisz wiedzieć, że różnego rodzaju zaplecza internetowe, które są robione ściśle pod pozycjonowanie w zasadzie w ogóle nie są popularne. Już nie mówiąc o tym, że tam ma być wysokiej jakości treść, ale bardzo często są to strony internetowe, które są odwiedzane tylko i wyłącznie przez roboty wyszukiwarek.

00:11:09



I trzeci element, który należy przemyśleć.

Jeżeli współpraca ma być faktycznie reklamowa, a nie pozycjonerska. Należy dokładnie przeanalizować jaka to ma być reklama.

We współpracy reklamowej warto myśleć długodystansowo. Czyli nie

tylko o tymczasowych korzyściach finansowych, ale także o wizerunku bloga w przyszłości.

Jeżeli zarzucisz go reklamami, tak że będzie wyglądał jak choinka na święta - to na wejście ten blog będzie wyglądał mało wiarygodnie, a wartość pojedynczej reklamy spadnie, bez względu na ilość odwiedzin na Twoim blogu. Ale to pewnie jest dla Ciebie oczywiste.

Mniej natomiast oczywiste już jest pamiętanie o czymś takim jak Users Expirace.

Czyli o doświadczeniach użytkownika. W przypadku reklam ważne jest, aby nie wprowadzać

użytkownika w błąd. Nie powinien mylić reklamy z treścią Twojej strony. A tym bardziej nie

powinien mylić linków wychodzących - inaczej zwanych linkami wyprowadzającymi, z nawigacją Twojej strony czyli linkami wewnętrznymi. Dlatego reklama powinna być zawsze wyraźne

oznaczona. Nie powinna też w żaden sposób utrudniać korzystanie ze strony. Pomijam już

fakt, że reklamodawca nie powinien chcieć atakować reklamą osoby nią nie zainteresowane.

Najważniejsze, że Ty nie powinieneś się godzić na atakowanie swoich użytkowników.

Jakiegokolwiek pogorszenie komfortu użytkownika witryny, konsumowania treści nie powinno mieć miejsca

Dla dobra wizerunku Twojego bloga. Kilka takich technik, które nie są zgodne

dobrymi praktykami UX to:

Pupup -y - Okienka wyskakujące w trakcie czytani treści.

Najczęściej wywołują irytację i rozpoczynają się rozpaczliwe poszukiwanie przycisku X, żeby takie okienko wyłączyć. Takie okienko może też wybić czytelnika i spowodować opuszczenie witryny.

Irytacja będzie tym większa im reklama będzie totanie oderwana od tematu czytanej treści. Ale i ta powiązana jest raczej nie mile widziana.

Kolejne irytujące reklamy to video z dźwiękiem z opcją autoplay.

Jeżeli reklama video ma się uruchamiać samoczynnie to koniecznie powinna mieć

wyłączony dźwięk. Nie ma nic gorsze niż niespodziewany wybuch z głośników. Sam w sobie jest oczywiście mało przyjemny. Dodatkowo sytuacje może pogorszych przebywanie



BLOG: [ANETADUK.COM](https://anetaduk.com) | **PODCAST:** [ANETADUK.COM/PODCAST](https://anetaduk.com/podcast)



w pracy lub miejscu gdzie należy zachować ciszę. Lub gdy Twój czytelnik podczas czytania Twojego bloga będzie słuchał swojej ulubionej muzyki. Zagłuszenie mu tego i wyrwanie go z transu. Na pewno grozi opuszczeniem Twojego bloga i raczej taką antypatią.

Kolejne nie mile widziane reklamy to takie, które są w tle bloga.

Zmiana tła. Taka reklama wygląda w taki sposób, że tam gdzie powinieneś widzieć białe lub jakieś jednolite tło to widzisz w tym miejscu reklamę poza szpaltą tekstu po bokach. Widzimy takie reklamy na różnych portalach. Ja najczęściej widzę takie na Filmweb. Teoretycznie taka reklama nie przeszkadza w korzystaniu ze strony. Z mojego punktu widzenia jednak po pierwsze zmniejsza czytelność strony. Dodatkowo po pierwszym wejściu czasem zastanawiamy się czy, aby na pewno trafiliśmy tam gdzie mamy zamiar. Dlatego ja nie lubię takich reklam. Sam osądź jak czujesz się na stronach z takimi reklamami. I czy chcesz ryzykować, że użytkownik stwierdzi, że źle trafił.

Reklama na całą szerokość i wysokość strony. Czyli takie, które w zasadzie uruchamiają się zamiast strony internetowej, którą chcesz czytać. Tylko, że masz możliwość kliknąć takiego X i zamknąć tą reklamę i przejść do portalu. W tej sytuacji są wszystkie zagrożenia z poprzedniego punktu do potęgi entej. Zwłaszcza jeśli chodzi o problem pt "hello? gdzie ja jestem?". Ponownie przypomina mi się Filmweb on jest po prostu królem pod tym kątem. Kilka pierwszych wejść, kiedy weszłam na tą stronę skończyło się tym, że chciałam zamknąć okno przeglądarki. Znacie serwisy internetowe, na które wejście skutkuje otwarciem kolejnego okna z reklamą? Dokładnie tak się czuje w sytuacji, w której mam reklamę na całą wysokość i szerokość strony. I po prostu chcę zamknąć okno przeglądarki. Co skutkuje wyjściem z serwisu i oczywiście znowu się zastanawiam, gdzie jest ta strona, którą miałam. Uruchamiam ponownie itd. itd. No nie jest to dobra opcja. W przypadku Filmweb oczywiście wiem, że chcę się dostać na ten serwis. Ale jeżeli jesteś na etapie zdobywania zasięgu, czytelników, popularności Twojego bloga no to generalnie to nie pomaga.

I kolejną taką reklamą, która może użytkownika wprowadzać w błąd. To reklama, która jest równorzędnie umieszcza z Twoją grafiką na stronie.

Załóżmy, że przeplatasz swoje artykuły zdjęciami. I zamiast jednego ze zdjęć umieszczasz reklamę swojego partnera. Jest to ewidentne wprowadzanie użytkownika w błąd. Działa to w dwie strony na początku Twój czytelnik może po prostu reklamy uznawać za Twoją treść, ale też za jakiś czas może nie mieć pewności czy Twoje zdjęcia czy też grafiki to Twoja treść czy to też jest reklama. To nie służy Twojemu blogowi. Jeżeli oznaczysz, że jest to reklama to też słabo rozwiązuje problem. Użytkownik spodziewa się zdjęcia ilustracji tłumaczonego problemu, a otrzymuje reklamę to z kolei zakłóca schemat i użytkownik ponownie się gubi.



Sztampowym przykładem takiego zabiegu jest przycisk "download" w różnych serwisach do pobierania plików. Masz wielki kolorowy przycisk "download", który nawet jest oznaczony, że to reklama. Ale jest wielki i wyróżniony, innego nie widzisz, a właśnie zostałeś przeniesiony na stronę, na której powinien być przycisk pobierania. Więc automatycznie go klikasz. Gdy jesteś przeniesiony gdzieś indziej - irytujesz się. Po jakimś czasie się uczysz i już wiesz, że musisz skorzystać z bardzo małego przycisku, tekstowego w mało intuicyjnym miejscu. Irytuje Cię, ale korzystasz z tego serwisu bo nigdzie indziej nie ma potrzebnej dla Ciebie rzeczy. Ale gdyby tylko była możliwość korzystania z innego serwisu... to by Cię na takich nie było. Jeśli tylko Twój blog nie jest jedynym, w temacie na który jest mocne parcie unikaj takich praktyk. Użytkownicy znajdą bardziej przyjazne miejsce. Myślisz, że reklama przeplatana z Twoimi zdjęciami to nie to samo co wielki przycisk download. Może nie dokładnie to samo, ale gdy Twoje zdjęcia są klikalne w celu ich powiększenia i reklama będzie klikalna w celu przeniesienia na stronę reklamodawcy to będzie to dokładnie to samo. Zadbaj nie tylko o wyraźne oznaczenie reklamy, ale również o wyraźne i intuicyjne miejsce gdzie reklamy umieszczasz. Najlepiej powtarzalne. Zawsze w tym samym miejscu. Wiem co teraz powiedzą specjaliści od reklamy. W takiej sytuacji bardzo łatwo jest pomijać tą reklamę. A przecież chodzi o to żeby przymuszać użytkownika, aby jednak na tą reklamę spojrzeć. Dlatego wymyśla się coraz to lepsze miejsca, bardziej zaskakujące na umieszczanie reklam. Pewnie tak, tylko, że tutaj generalnie rozpatrujemy pomiędzy korzyściami Twoimi, a korzyściami czytelnika i korzyściami reklamodawcy. Uważam, że trzeba szukać takich rozwiązań, które są korzystne dla Twojego kontrahenta, który jest reklamodawcą i są jednocześnie przyjazne dla Twojego bloga i pomagają użytkownikowi. Czyli należy serwować mu reklamę w takich miejscach, w których ta reklama może się przydać. Np. jeżeli piszesz artykuł z testem różnego rodzaju sprzętu to zaproponuj mu jakiś tam sprzęt Twojego kontrahenta w formie reklamy, może się tym zainteresować. I może to być dla niego przydatna reklama coś czego on w danym momencie szuka. Także konieczne wyraźnie oddzielone od Twojej treści. Nie przeplataj swojej treści reklamami. Ogranicz się do: nad, pod, z boku. To i tak sporo.

W tym trzecim elemencie chciałam jeszcze zawrzeć kwestię tekstów sponsorowanych. Nie chcę tutaj wnikać w jakość Twojego bloga. Określasz go wg własnych preferencji. Ale to o czym warto pamiętać to jeżeli godzisz się na tekst sponsorowany bez względu na to czy to będzie tekst napisany przez Ciebie (a mam nadzieję, że tak), czy podesłany przez kontrahenta (mam nadzieję, że nie) to nie powinien on również być zasypany linkami. To ten tekst powinien być wartościowy i ilość osób jakie go przeczytają, a które defacto Ty dostarczasz dzięki swojemu zasięgowi. W grę wchodzi jeden link do kontrahenta. Najlepiej na końcu tekstu z informacją o powstaniu tekstu przy współpracy takiej a takiej firmy i link



do tej firmy. I tyle.

00:19:17



Czwartym ważnym elementem jest określenie odpowiedniej wartości Twojego bloga. Mam wrażenie, że zwłaszcza początkujący blogerzy mają z tym problem, ale nie tylko. Ci co mają już całkiem fajne zasięgi też mylnie celują w to jaka jest wartość ich pracy. Przede wszystkim wartością pracy, nie jest ten jeden tekst napisany przy współpracy z konkretną marką. Wartością jest cała praca wykonana wcześniej, podczas Tworzenia wszystkich treści, które zebrały publikę, którą interesuje się dana marka. Jeżeli blogiem interesuje się pozycjoner to wartością dla niego jest ilość i jakość zgromadzonych treści, oraz oczywiście ruch na stronie. Pamiętaj, że link faktycznie klikany jest dużo bardziej wartościowy niż link, który nigdy nie zostanie kliknięty i został zrobiony tylko dla Google. Pomyśl ile czasu taki pozycjoner musiałby Tworzyć takiego bloga. Wiesz bo to Ty jesteś Twórcą tych treści. Wiesz zapewne, że to nie możliwe, żeby agencja, czy freelancer zajmujący się pozycjonowaniem stworzył takiego bloga, bo biznes przestałby być rentowny. Dlatego nawet roczny blog z regularnie przybywającą treścią to jest ogromna wartość.

Ale co z zasięgami. Wiadomo, że to one często przyciągają marki w celu współpracy. Ale zasięg zasięgowi nie równy. Zasięg influencera w wielkości 100 tys. Unikalnych Użytkowników (UU) miesięcznie, może przynieść marce mniej zysku niż inny blog z zasięgiem w postaci 20 tys. UU. Dlatego nie porównuj pustych liczb. I Nie myśl, że Twój blog jest słabszy bo liczbowo nie umywa się do jakiegoś giganta. Zapewniam Cię, że Ferrari ma znacznie mniej sprzedanych egzemplarzy niż VW. A raczej nikt nie powstydzili by się być Ferrarii. Wszystko zależy od tematyki. W zasadzie im bardziej masz zawężoną grupę docelową. Tym lepiej dla Twojego kontrahenta. Tym Twój zasięg jest bardziej ekskluzywny i jest w stanie wnieść realną wartość przekładającą się na konkretną sprzedaż marki, która podejmie się współpracy z Tobą. Dla przykładu spróbujmy porównać sobie dwa abstrakcyjne blogi taktujące ogólnie rzecz ujmując o fotografii. Jeden to blog z fotografii podróżniczej, który zamieszcza przede wszystkim niesamowite zdjęcia z niesamowitych podróży. Liczba miesięcznych UU 100 tys. Potencjalny zasięg takiego bloga to może być każdy Polak, a nawet nie tylko Polak bo podstawową treścią są fotografie. Użytkownicy lakonicznie przeglądają wspaniałe zdjęcia zazdroszcząc cudownych podróży. Drugi blog traktujący o specjalistycznym sprzęcie fotograficznym dla profesjonalistów. Zaawansowanych technikach fotograficznych itd. Liczba UU miesięczna 10 tys. Użytkownicy aktywnie dyskutują, o swoich doświadczeniach, czerpiąc garściami z eksperckich informacji umieszczanych w gratisie na blogu. Jak myślisz, który blog jest cenniejszy żeby reklamować profesjonalnego bezlusterkowca Sony a9 za ponad 20 tys.?. Który target jest bardziej ekskluzywny? Całkiem możliwe, że drugi blog specjalistyczny, ekspercki, ma u siebie większość potencjalnych klientów fotograficznego działu Sony. Pierwszy też jest o fotografii. Ale całkiem możliwe, że połowa tego zasięgu



w ogóle nie robi zdjęć. Marzy tylko o super podróżach. A druga połowa w większości robi zdjęcia telefonem, a raptem kilka procent używa lustrzanek, ale aparat za 20 tys. jest poza ich kręgiem zainteresowań. Do tego trzeba dodać zaangażowanie społeczności, która nastawiona jest na przeglądanie pięknych zdjęć, a nie zapoznanie się z możliwościami najnowszego flagowego bezlusterkowca Sony.

00:22:43



Podsumowując Twój blog nawet bez wielkiego zasięgu z dużą ilością dobrej treści i domeną żyjącą już np. rok robi się mocno wartościowy dla pozycjonerów. Trzeba być ostrożnym, aby nie zrobić z niego farmy linków do mało wartościowych stron. Warto też dbać o doświadczenia użytkownika na Twojej stronie. Nie powinno utrudniać konsumpcji treści. A wszystkie linki wyprowadzające na zewnątrz powinny być oczywiste. Nie należy kamuflować linków wychodzących pomiędzy swoim menu, pomiędzy swoimi kategoriami i ewidentnie wewnętrznymi linkami. Linki wewnątrz treści twojego artykułu powinny stricte dotyczyć treści i ją uzupełniać, a nie być tylko w jakiś tam sposób tematycznie z nią związane. Jeśli zależy Ci na SEO, a myślę, że każdemu powinno. To warto zwrócić uwagę na to co lubi Google, a czego nie. Często jest to zbierne z UX. Zasięg jest bardzo względny. I o wartości Twojego bloga decyduje wiele innych czynników. Sam zasięg należy mocno rozpatrywać przez pryzmat poruszanej tematyki oraz specyfiki i grupy docelowej. Blog specjalistyczny nie należy porównywać z lifestyle.

I to już wszystko co dzisiaj dla Ciebie przygotowałam. Zapraszam Cię na mojego bloga <https://anetaduk.com/p/8> gdzie znajdziesz wszystkie notatki do tego odcinka. Jeżeli ten odcinek Ci pomógł daj znać w komentarzu na blogu, poprzez opinię w iTunes lub na facebooku. Będę bardzo wdzięczna. We wszystkich mediach społecznościowych znajdziesz mnie pod nickiem anetaduk pisane razem. Jedynie na facebooku pod nickiem anetadukcom również pisane razem bez kropek. I oczywiście zapraszam Cię w kolejny wtorek na kolejny odcinek.

Do usłyszenia!



BLOG: ANETADUK.COM | **PODCAST:** ANETADUK.COM/PODCAST





SŁOWO OD AUTORA (CZYLI ODE MNIE)

Niniejsza publikacja jest transkrypcją do ósmego odcinka podcastu, który możesz znaleźć w programie iTunes lub innych aplikacjach do słuchania podcastów. Szukaj pod hasłami: Aneta Duk, AnetaDuk lub Interaktywnie. Na blogu: anetaduk.com znajdziesz notatki do tego odcinka, które mogą być bardzo przydatne. Poniżej zamieściłam link bezpośredni do odcinka oraz bezpośrednie linki do miejsc gdzie znajdziesz cały podcast.

Możesz rozpowszechniać tę publikację. Jednak zachowaj ją dokładnie w takiej formie jak została stworzona. Włączając wszystkie informacje na temat autora ;) czyli mnie. Jeżeli chcesz zamieścić ten transkrypt u siebie na stronie to koniecznie podaj źródło i umieść link do mojego bloga.

Jeżeli chcesz się ze mną skontaktować napisz:

aneta@anetaduk.com

Bardzo Ci dziękuję za uwagę. Do usłyszenia!

LINKI

TEN ODCINEK: <https://anetaduk.com/p/8>

ITUNES: <https://itunes.apple.com/pl/podcast/anetaduk/id1268990458>

ANDROID: <https://subscribeonandroid.com/anetaduk.com/xml/podcast>

YOUTUBE: <http://youtube.anetaduk.com>

RSS: <https://anetaduk.com/xml/podcast>

BLOG: ANETADUK.COM | **PODCAST:** ANETADUK.COM/PODCAST

