О мой блог!

Автор:
Анна Шуст

О мой блог!

Анна Шуст

Эта книга будет полезна тем, кто ведет блоги и хочет, чтобы их посты попадали в аудиторию. Авторы текстов, блогеры и копирайтеры найдут здесь ответы на часто задаваемые вопросы и советы по ведению блога и написанию постов. Простые и эффективные упражнения после каждой главы помогут отрабатывать на практике различные приемы написания постов для блога.

Анна Шуст

О мой блог! Как начать вести блог и не останавливаться

Информация от издательства

Издано с разрешения автора

Все права защищены.

Никакая часть данной книги не может быть воспроизведена в какой бы то ни было форме без письменного разрешения владельцев авторских прав.

© Анна Шуст, 2020

© ООО «Манн, Иванов и Фербер», 2020

* * *

От автора и об авторе

– Как сделать, чтобы мою заметку захотели прочитать?..

– Мыслей миллион, но ни одну не получается оформить в текст.

– А мне кажется, что все уже написано до меня, поэтому я ничего нового сказать не смогу…

– А мне еще в школе говорили, что сочинения – это не мое. Я поверила…

– Да кто вообще меня будет читать?..

– Не верится, что через тексты можно продавать…

– Как сделать так, чтобы люди реагировали на мои посты в соцсетях?..

Подобные вопросы – то, что беспокоит начинающих блогеров и копирайтеров. Я читаю эти вопросы в комментариях в моем блоге (@sila.slova (https://www.instagram.com/sila.slova/?hl=ru) в «Инстаграме») и слышу на личных консультациях, обучающих программах и мастер-классах.

Замысел этой книги в том, чтобы под одной обложкой собрать все сомнения и сложности начинающих творцов и… разбить их в пух и прах.

Но вначале давайте познакомимся поближе. Меня зовут Анна Шуст. Я журналист, маркетолог и предприниматель. Вот некоторые факты моей

биографии, чтобы вы могли понять, почему моим советам можно доверять:

• я окончила факультет журналистики МГУ;

• мою первую заметку опубликовали в газете, когда мне было 12 лет;

• с тех пор вот уже 26 лет я каждый день пишу тексты;

• я работала на телевидении репортером и комментатором, вела прямые трансляции с Олимпийских игр (например, поищите на YouTube запись телеэфира канала «Россия», когда Алексей Ягудин выиграл золотую медаль на Олимпиаде-2002 в Солт-Лейк-Сити, – комментатором в тот день как раз была я), чемпионатов мира и Европы по фигурному катанию, футболу и другим видам спорта. Проводила прямые включения в эфиры федеральных новостей;

• была внештатным автором в газетах и журналах, писала о спорте и социальных проблемах;

• за свою журналистскую карьеру написала километры репортажей, эссе, заметок, интервью, новостей, обзоров;

• последние 12 лет я сосредоточена на коммерческих текстах. Сначала так вышло, что мы с мужем открыли семейную производственную компанию (создаем товары для мам и малышей), потом оказалось, что продажи отлично получается делать через контент-маркетинг, так что моя часть работы в нашей компании теперь касается в том числе и этой сферы. Все последние годы я изучаю законы создания коммерческих текстов и практикую разные подходы к контенту;

• в какой-то момент знаний и навыков о текстах у меня стало так много, что захотелось ими делиться. Так появились моя онлайн-школа «Лаборатория эффективного блога» (сайт sila-slova.info (http://sila-slova.info/)), популярный блог о текстах в «Инстаграме» (@sila.slova (https://www.instagram.com/sila.slova/?hl=ru)), книга «Текст, который продает товар, услугу или бренд» (издание стало бестселлером в 2018 году).

Моя новая книга, которую вы держите в руках, рассчитана на начинающих блогеров и копирайтеров. Я собрала в ней полсотни наиболее частых вопросов, которые обычно возникают у человека в начале его творческого пути. И делюсь своими рекомендациями и пошаговыми алгоритмами, которые помогут справиться с проблемами.

Книга будет полезна для тех, кто ведет блоги и страницы в соцсетях. Неважно, развиваете ли вы личный бренд или продвигаете свой товар, услугу, – мои рекомендации по работе с текстами пригодятся в любом случае. Также пользу из книги смогут извлечь те, кто хочет в будущем работать копирайтером: писать на заказ, вести чужие страницы в соцсетях. Однако книга не поможет разобраться в тонкостях создания художественных текстов и стихов.

И маленькое напутствие: помните, что между информацией, которую я вам даю, и конкретными результатами, которые вы получаете, пролегает пространство ваших действий. Недостаточно просто читать книгу, чтобы тексты стали получаться. Нужно делать конспекты, выделять для себя наиболее важные рекомендации и всё пробовать на практике.

Вот вам ориентир для мотивации: 20–30 минут ежедневных тренировок в течение трех месяцев в итоге выльются примерно в 40 часов практики создания текстов. После этого сравните ваши тексты «до» и «после» – и вы заметите первые вдохновляющие результаты.

Желаю вам успехов и удовольствия от творческого процесса!

Глава 1. Как понять, какой блог вам нужен

1

«Каждый ли человек может научиться писать? Или для этого нужен талант?»

Многие не решаются начать писать, потому что у них в голове крутятся примерно такие убеждения: «У меня же нет таланта», «Раз уж до тридцати

(сорока, пятидесяти…) лет я не научилась писать, вряд ли теперь что-нибудь получится», «Мне еще в школе учительница говорила, что сочинения – это не мое…»

В реальности такие мысли и убеждения – это самоограничения. Я точно знаю, что искусство написания текста – это навык. Миллионы людей в мире уже этому научились, вы тоже сможете.

Это примерно как научиться кататься на велосипеде, заплетать косички или танцевать. До определенного уровня мастерства в таких делах может дорасти любой.

Но вот с талантом вопрос не такой простой. У кого-то действительно может обнаружиться врожденная склонность к тому, чтобы создавать интересные, цепляющие, смешные тексты. Таким людям писательство дается очень легко, иной раз они даже не могут понять, в чем проблема, когда у кого-то другого возникает ступор при виде чистого листа: у них-то все получается как будто играючи (но на самом деле, чтобы достичь вершин, им все равно нужно и учиться, и практиковаться).

А есть просто труженики, которым поначалу всё дается непросто, но они могут добиться многого за счет упорства. Помните знаменитое исследование немецких психологов про 10 тысяч часов? Они изучили результаты выпускников Академии музыки и обнаружили, что студенты, которые считались будущими звездами мирового уровня, к моменту исследования потратили на занятия музыкой не меньше 10 тысяч часов. Те же, кто никаких особенных перспектив в профессии не имел, наиграли на инструменте не больше 4 тысяч часов. Вот и весь секрет.

Поэтому неземной талант – не обязательное условие для того, чтобы освоить навык создания текстов. Высокого уровня мастерства способен достичь практически любой человек.

Вот две вещи, которые обязательны, чтобы научиться писать классные тексты:

1) получить знания – разобраться, как правильно строить текст, как делать его интересным и понятным, откуда берутся цепляющие заголовки и эффектные концовки в текстах и т. д.;

2) начать регулярно практиковаться.

Когда вы хотите научиться кататься на велосипеде, сначала вы вникаете на уровне теории, что должно происходить, чтобы он ехал: нужно научиться держать равновесие, управлять направлением движения и крутить педали.

Потом вы некоторое количество времени практикуетесь (возможно, падаете несколько раз, не без этого).

И спустя время уже уверенно катаетесь. Отправляетесь в велопутешествия или участвуете в любительских соревнованиях, крутите педали для души или используете велосипед, чтобы ездить на работу.

С текстами то же самое. Сначала вы понимаете, по каким законам они создаются, как получаются интересные, интригующие, цепляющие, продающие, информационные, любые другие виды текстов. А потом вы все это начинаете осваивать на практике. И с каждой новой тренировкой навык нарастает, а вы прогрессируете.

Да, если подходить к созданию текстов именно через эту техническую сторону, вы, возможно, не достигнете таких же высот, как всемирно известные писатели и люди, у которых талант к написанию историй был от природы. Но при этом для вас не будет проблемой писать на хорошем уровне, выдавать интересные, содержательные тексты – этому вы точно сможете научиться.

И еще нюанс. Разным людям может понадобиться разное количество времени на освоение этого навыка. Кому-то два месяца. Кому-то год. Или годы.

Иногда могут возникать ситуации, когда количество усилий, которое потребуется на освоение тонкостей, будет лично для вас чрезмерным. Например, в какой-то момент вы можете понять, что учеба идет тяжело, через «не хочу», и предположить, что тренировки и изучение всех тонкостей могут занять у вас целый год или больше. Придет мысль, что, наверное, не так уж сильно вам

нужно этому всему учиться, если это обойдется такой ценой.

В таком случае бывает проще вообще не тратить на это время и найти людей, которые будут делать это вместо вас.

Но я все-таки думаю, что если вы читаете эту книгу, то вам это нужно и интересно. У вас есть мотивация. И если это действительно так – не сомневайтесь, что научиться писать хорошие тексты вам будет по плечу. Когда есть желание, все остальное – вопрос техники.

2

«Как заинтересовать других своим блогом?»

Почему некоторые странички и тексты читать интересно, они цепляют, а иные – унылые и скучные?

Я знаю много историй, когда авторы принимались вести блог просто под влиянием импульса. Дескать, есть желание что-то писать, поэтому сейчас начну, а дальше уж как-нибудь разберусь.

Желание – это важно, но такой подход, как правило, заканчивается написанием трех – пяти постов. Дальше энтузиазм угасает, и человек остается один на один с вопросом: «И о чем же мне дальше писать?» Заметки о погоде, прогулках с собакой и отпуске – типичный пример личной страницы, которая вряд ли зацепит внимание широкой аудитории. А блог хочется вести такой, чтобы вокруг собирались подписчики и единомышленники, круг общения расширялся. И на монетизацию в перспективе тоже хотелось бы выйти.

Что делать?

У интересного блога много составляющих, и мы будем обсуждать их на страницах этой книги. Но есть кое-что, что задает тон дальнейшей работе, и это я советую сделать уже на первом этапе, в момент обдумывания идеи вашего аккаунта. Нужно определить формат. Так вы сформируете в голове пространство, внутри которого дальше сможете генерировать новые идеи.

Разновидности блогов (аккаунтов в соцсетях): какую лучше выбрать именно вам

Сразу предупрежу, что это не какая-то научная классификация (таких пока не существует в природе, как и учебников по блогингу). Это то, как я вижу все происходящее в блогосфере. Я выделяю четыре основные разновидности ведения и наполнения страниц: личный блог, лайфстайл-блог, экспертный блог и бизнес-блог.

У каждой из разновидностей свои достоинства и недостатки. Поэтому многое в выборе подхода к ведению блога зависит от цели, ради которой вы это делаете.

Личный блог

Личный блог – это страница, которую вы ведете, как правило, без какой-то конкретной измеримой цели. Или цель очень размытая: например, «хочу много подписчиков и чтобы как-нибудь зарабатывать на этом».

Но когда нет ясного плана и понимания, как именно зарабатывать, почему и откуда возьмутся подписчики, как развивать страницу, – это не принесет результата.

Личный блог – это страница, которая в первую очередь будет интересна вашим друзьям, родственникам – маме, мужу (но это не точно). Это место, куда вы можете хаотично вываливать впечатления, мысли, наблюдения, делиться какими-то радостями или волнениями – и получать поддержку от подписанных на вас людей, большинство из которых вы знаете и в реальной жизни.

Перспективы роста у такой личной страницы туманны. Редко когда бытовые подробности жизни отдельно взятого индивидуума способны заинтересовать много незнакомых людей.

Лайфстайл-блог

Это уже более перспективная вариация персонального блога.

Вы целенаправленно заводите аккаунт в социальной сети для того, чтобы его развивать, привлекать как можно больше подписчиков. В дальнейшем – монетизировать труд по ведению страницы.

Соответственно, такой прагматичный подход уже на старте задает свои рамки.

Лайфстайл-блог – он тоже о вашей жизни. Но в нем, как правило, описывается не вся жизнь сплошным потоком сознания. Для такой страницы выделяется две-четыре основные темы, на которые вы чаще всего пишете. От авторов такого блога аудитория ожидает контента высокого уровня – и текстов, и картинок. На это тратится много времени и сил. На выходе у вас получается что-то типа персонального СМИ о том, что вас волнует и интересует, – на эти темы и «клюет» аудитория читателей.

Как правильно выбрать ключевые темы – обсудим, отвечая на следующий вопрос.

Зарабатывают авторы лайфстайл-блогов и на размещении рекламы, и на продаже собственных продуктов (в зависимости от темы блога: кто-то запускает персональную линейку футболок, или собирает бьюти-боксы, или делает информационные продукты). Аудитория лайфстайл-блогов, как правило, лояльная, поэтому для тематического продукта хорошие продажи вполне реальны.

Экспертный блог

Особенность ведения экспертного блога в том, что вы изначально позиционируете себя как специалиста по какому-то вопросу, – это главная идея создания и развития страницы. Например, вы психолог, или стоматолог, или консультант по продажам, или фитнес-тренер. Задача экспертной страницы – продвигать вашу профессиональную ценность и привлекать людей, для которых она будет востребована.

Это коммерческий формат. Через экспертный блог можно продавать свои услуги, формировать базу лояльных клиентов и привлекать новых.

В чистом виде в экспертном блоге практически нет места для каких-то личных тем (иногда бывает микс из экспертного и лайфстайл-блога, но смешивать их нужно очень осторожно, и не для каждой сферы это уместно). Если в экспертном блоге и публикуются посты на какие-то личные темы, то лучше всего логически увязывать их с вашей профессиональной деятельностью. Если фитнес-тренер публикует пост о своих детях, то чтобы был повод поговорить о детском спорте, правильном выборе спортивной секции для малыша или о вреде и пользе силовых тренировок в подростковом возрасте.

При этом в блоге фитнес-тренера вперемешку с полезными советами о тренировках, росте мышечной массы и питании странновато будут выглядеть посты в формате «ой, мой малыш заболел, вызвали врача, ждем». Конечно, опубликовать такой пост вам никто не запретит, но для экспертной страницы это будет неуместно. Для лайфстайл-блога это уже допустимое отступление от темы. А уж на личной странице и подавно самое место для таких заметок.

Через экспертный аккаунт вы привлекаете клиентов, покупателей ваших товаров или услуг. Поэтому, когда у вас появляются сомнения, стоит ли опубликовать в нем текст о вашей личной проблеме или личной жизни, посмотрите на это глазами армии незнакомых людей, которые пришли на вашу страницу в поисках полезной и ценной информации по вашей экспертной теме.

Бизнес-блог

Это страница компании или страница, посвященная какому-то продукту. На бизнес-странице практически нет места личности автора. Обычно такие блоги заводят компании, в которых контент для социальных сетей создают специально нанятые люди – копирайтеры. Чаще всего ведущие у страницы время от времени меняются, поэтому нет смысла знакомить с ними аудиторию. Или другая ситуация: в компании нет человека, глубоко погруженного во все процессы и который при этом мог бы уделять время созданию интересного контента, поэтому посты вообще пишут разные люди.

Формат бизнес-блога менее живой и хуже вовлекает, потому что все-таки социальные сети – это место, где люди общаются друг с другом. Но этот формат имеет право на существование: через него, например, можно сформировать сообщество людей вокруг своего продукта, сделать страничку информационным

ресурсом – вовлекать, заинтересовывать людей, показывать им разные варианты использования продукта, говорить с ними о его пользе и т. д.

Разные виды и подходы к ведению страницы можно комбинировать. Удачные сочетания – например, экспертная авторская рубрика создателя проекта, которая раз в неделю появляется в бизнес-блоге компании. Или лайфстайл-рубрика на странице эксперта. Но, во-первых, это нужно делать осторожно и без резких перемен темы, во-вторых, правил тут нет: экспериментируйте, анализируйте результаты, оставляйте эффективные стратегии и отказывайтесь от тех, которые не заинтересовали читателей.

3

«Как правильно выбрать тему для блога?»

В случае с личным и с бизнес-аккаунтом ответ на этот вопрос найти проще всего. Личный – это аккаунт абсолютно обо всем, что взбредет в голову автору. И он не налагает на владельца страницы обязательств относительно содержательности контента. Но такой аккаунт практически невозможно монетизировать (исключение – знаменитости, которые и без всякого аккаунта интересны, поэтому могут себе позволить вообще не думать ни о концепции, ни о разновидности блога).

У авторов бизнес-аккаунтов, как правило, тоже не бывает сложностей с выбором темы. Просто берете один или несколько своих продуктов, заявляете их в описании страницы, иногда добавляете к этому сопутствующие темы – и, в общем-то, после этого у вас уже готова тематика бизнес-блога. Чуть позже мы разберемся, где искать идеи для коммерческих текстов.

С лайфстайл и экспертным аккаунтом обычно сложнее. Если вы решаете вести лайфстайл-блог, через него развивать и продвигать личный бренд, нужно выделить несколько ключевых тем для такой страницы. Сколько? Обычно достаточно двух-четырех тем, идеально – три.

Насколько сильно они должны быть между собой связаны? В лайфстайл-блоге – не обязательно сильно. Все-таки основная идея в том, что вы продвигаете себя, свой образ жизни – и если у вас в жизни есть несколько больших и

разноплановых сфер интересов, то это именно то, из чего вы состоите. Это фрагменты вашей жизни, которые складываются в уникальную картину.

Примеры ключевых тем (и заодно краткого описания) для лайфстайл-блога

• Мама четырех сыновей

• Профессиональный иллюстратор

• Начинающий инвестор

Еще варианты:

• Самостоятельная мама

• Учусь леттерингу и делаю для вас бесплатные открытки

• Худею со 120 до 60 килограммов, честно описываю свой путь

Как видите, темы в рамках одного блога могут быть заявлены разные – от личных до профессиональных, от обмена опытом до пользы или описания пути, который вы планируете пройти. И на каждую из таких тем найдутся люди, у которых это будет в душе отзываться: кто-то тоже мечтает о леттеринге, кто-то худеет и ищет единомышленников, кто-то интересуется инвестициями. Эти триггеры-описания сработают, если человек – ваш потенциальный читатель.

Если речь об аккаунте в «Инстаграме», то в имя профиля лучше вынести свое реальное имя, можно дополнить его короткой характеристикой себя (примеры: «Начинающий инвестор Таня», «Саркастичный блогер Оля Пэ» или «Оля Дорн – многодетная и смелая»).

Как найти / выбрать эти ключевые темы, чтобы вами заинтересовались подписчики?

Как правило, это те сферы жизни и вопросы, которые вас увлекают и занимают большую часть жизни. Ведь лайфстайл-блог – о вас, поэтому здесь место вашим интересам. И когда вы начинаете набирать подписчиков и читателей (рекламировать блог, продвигать его разными способами), на вас будут подписываться те, кому откликаются «ваши» темы, то есть люди или находятся на одной волне с вами и им будет интересно, или нет – и тогда вы в любом случае никак их не удержите. Поэтому не надо бояться, что ограниченный список ключевых тем отсечет какую-то часть аудитории. Ваши подписчики все равно вас найдут!

У меня иногда спрашивают: «А какие темы сейчас более востребованы у людей, какими заинтересуется больше народа?» Но я не рекомендую в этих вопросах полагаться на вкус аудитории, потому что наша с вами задача – сделать так, чтобы в первую очередь вам было интересно вести блог. А читателей можно привлечь на любую тему. Вокруг огромное количество людей, в «Инстаграме», «Фейсбуке» и во «ВКонтакте» зарегистрированы миллионы читателей.

Подсказки, как найти «ваши» темы

1. Проанализируйте тот контент, который у вас уже был раньше на странице. Если вы уже пробовали вести блог без какой-то конкретной цели, то есть личную страницу, то полистайте записи: возможно, есть какие-то темы, на которые вы писали чаще и охотнее. Значит, это вас сильно занимает.

2. Проанализируйте, во что вы обычно инвестируете много времени, внимания и энергии. В какой сфере вам интересно развиваться, узнавать новое. В чем у вас, возможно, уже накопился ценный опыт. Это также тема-кандидат.

3. Если у вас в жизни была какая-то сложная или необычная ситуация и вы ее прошли, получили определенные результаты, решили проблему или получили важный опыт – это также может стать темой одной из рубрик в вашем аккаунте.

Начните рассказывать вашу историю, в хронологическом порядке или как вам больше нравится. Будут люди, которые прямо сейчас проходят такой путь или готовятся его пройти, – и эта история и решения, которые вы принимали, окажутся для них полезными. Будут другие люди, которым окажется просто интересно читать и впитывать ваш опыт.

4. Подумайте о том, чего бы вам хотелось иметь в жизни больше. И это также может стать направлением, о котором вы можете писать как начинающий – человек, который хочет пройти путь из точки А в точку Б. Например, хотите похудеть. Можно заявить в блоге тематику похудения, как я писала уже в примере выше: «Худею со 120 до 60 килограммов на правильном питании». Даже если вы пока ничего не сделали и находитесь в начале пути – это все равно может стать одной из тем. Блог в таком случае будет для вас дополнительным мотиватором: вы будете регулярно писать посты о своих успехах или провалах, а взамен получать поддержку и обратную связь от аудитории, находить единомышленников.

А что, если со временем какая-то тема из заявленных в блоге станет неактуальной?

Можно ли будет ее изменить? Не разбежится ли аудитория из-за этого?

Изменить можно. Жизнь течет, вы меняетесь, меняется и ваш блог. Что-то исчезает из него, что-то появляется. Если раньше у вас не было детей, а потом родился малыш, который отвлек на себя огромное количество времени, вряд ли вы сможете игнорировать этот факт. Будет логично, если в вашем блоге какая-то тема уступит место историям про ребенка. И да, часть аудитории, которая читала ваши посты на предыдущую тему, уйдет от вас, но при этом придут другие, новые подписчики, которым будет интересна уже новая тема.

Ключевые темы в экспертном блоге

В случае с экспертным блогом три-четыре ключевых тезиса должны быть логически тесно связаны между собой. Нельзя быть сильным экспертом в трех радикально отличающихся областях, например быть стоматологом, одновременно психологом, а вдогонку еще и бьюти-блогером. Поэтому в

экспертном блоге вы заявляете одну большую тему, а внутри нее можно делать акценты на более узких подтемах, рубриках.

Например, бьюти-блогер может вынести в описание своего профиля такие тезисы с общей тематикой:

• Обзоры декоративной косметики

• Онлайн-уроки макияжа

• Персональный подбор косметики для вашего типа кожи

Для автора экспертного блога, как правило, не составляет большого труда выделить такие тезисы.

Упражнения

1

Оцените по шкале от 1 до 10 баллов, насколько вы довольны своим навыком написания текстов сейчас (где 1 – абсолютно не доволен, а 10 – полностью доволен).

Оцените по шкале от 1 до 10, насколько вы готовы к регулярной (ежедневной) работе по улучшению навыка: писать-писать-писать новые тексты, читать учебники, пробовать новые приемы.

Суммируйте баллы.

Если получилось от 10 и больше – это значит, что вы или уже неплохо пишете, или у вас обязательно все получится, когда начнете практиковаться.

Если получилось менее 10 баллов – возможно, вам пока не хватает мотивации, чтобы развивать способность к написанию текстов (чем меньше баллов, тем больше ваш дефицит). Постарайтесь ответить на вопрос: для чего все-таки вам это нужно?

2

Выберите формат блога, который лучше всего подойдет именно для вас или вашего проекта. Всю дальнейшую работу над блогом рекомендую вам выстраивать исходя именно из выбранного формата.

Конец ознакомительного фрагмента.

Купить: https://tellnovel.com/ru/shust_anna/o-moy-blog

Текст предоставлен ООО «ИТ»
Прочитайте эту книгу целиком, купив полную легальную версию: Купить