

**прибыльный**  
**блог**

**РУКОВОДСТВО**  
**[Часть 2]**

Автор: Яро Старак (Yaro Starak)  
Перевод: Балезин Дмитрий

## **Опорная Статья, что это такое?**

Опорная статья обладает следующими важными чертами:

- благодаря ей, на ваш блог нахлынут новые читатели, при этом в сети будут появляться ссылки на вашу статью.
- со временем, количество читателей, приходящих на ваш блог, будет продолжать увеличиться, благодаря тому, что другие люди будут ссылаться на эту статью, даже несмотря на то, что она, возможно, будет глубоко зарыта в архиве вашего блога.
- В конце концов, на вашем блоге появится трафик от поисковых систем (это, в основном, случается из-за того, что очень на многих сайтах появляются ссылки на ваши статьи).
- ссылка на подобную статью может быть расположена в отдельной области блога (например, в рубрике «лучшие статьи») вместе с ссылками на другие опорные статьи. Таким образом, доступ к лучшему содержимому вашего сайта облегчается, и основная ценность, предоставляемая вашим блогом, становится очевидной.
- материал подобной статьи не теряет своей актуальности со временем, поэтому даже через год после издания, такая статья будет пользоваться популярностью.

## **Как создать опорную статью?**

Не существует точной формулы того, как написать статью, которая впоследствии сможет стать опорной. Однако, совершенно определенно то, что у таких статей существуют ключевые особенности, над которыми вы можете поработать. Вы можете быть удивлены тем, что какая-то из ваших статей вдруг становится популярной, хотя вы этого совсем не ожидали, и наоборот, статья, в написание которой вы вложились всем сердцем, не привлекает особого внимания и не создает трафик.

Вот некоторые концепции основных статей, которые вы можете публиковать в своем блоге:

### **1. Статьи под лозунгом "Как это делается" (How to)**

Эта одна из ведущих концепций создания опорных статей. Подумайте о той области деятельности, в которой вы заняты, и напишите статью, которая учит людей чему-нибудь в этой области. Убедитесь в том, что вы пишете статью на тему из той области, в которой вы обладаете истинным пониманием и имеете определенный опыт.

Вот некоторые возможные примеры:

- Если вы являетесь консультантом по маркетингу, то вы можете написать статью о том, как вывести бизнес на рынок, не используя при этом денежные ресурсы.
- Если ваш блог посвящен собакам, то вы можете написать статью о том, как правильно выбрать имя для собаки.
- Если ваш блог посвящен тому, как написать книгу, напишите руководство по поиску издателя.
- Если ваш блог о пище, то вы можете поделиться советами по приготовлению популярных блюд.
- Если вы пишете о своей жизни, напишите руководство по саморазвитию, основываясь на тех уроках, которые вам преподнесла сама жизнь (т.е. Как вы нашли работу, как вы пережили разрыв со своей второй половиной и т.п.)

Вам должно быть вполне очевидно, какая конкретно статья из раздела «Как это делается» будет популярной и интересной для вашей аудитории читателей. Не забудьте также рассказать историю из личного опыта, если такая у вас имеется.

## **2. Статья - определение.**

Во многих областях человеческой деятельности имеются свои ключевые понятия, незнакомые новому читателю. Если концепция представляет сложность для понимания, напишите статью, в которой дайте четкое объяснение того, что означает это понятие, и как его можно применить на практике.

Эти концепции могут казаться вам простыми и очевидными, но помните о том, что вы являетесь экспертом в своей области, поэтому объясните новичкам простыми словами саму концепцию и, конечно же, попытайтесь рассказать историю, которая могла бы послужить примером.

**Страница с глоссарием** - это замечательная основная статья. Если в вашей области деятельности наберется пригоршня ключевых концепций, требующих разъяснения, то вы можете составить список этих понятий, для каждого из которых приведите параграф текста с его определением.

Вы можете сказать, что это того не стоит, так как большинство понятий уже определены в других справочниках в сети, таких как Wikipedia ([www.wikipedia.com](http://www.wikipedia.com)).

В самом начале своей деятельности в качестве блогера вы, конечно, можете давать ссылки на определения понятий, приведенных на других сайтах. Но будет гораздо лучше, если вы напишите собственные определения, так как это будет

удерживать читателей на вашем блоге, что увеличит общее число просмотров страниц, а также это увеличит то время, которое читатели проводят на страницах вашего блога.

Вы можете описать концепцию своими словами, используя свой уникальный опыт. Это поможет вам увеличить уровень доверия читателей вам.

Гораздо умнее включить собственное определение концепции в ваш блог, если вы способны ее объяснить, чем размещать в своем блоге ссылки на другие сайты, уводя тем самым посетителей со своего блога.

### **3. Выскажите теорию или идею.**

Если ваш блог посвящен политике, то вы можете создать прекрасную опорную статью, описав свою теорию коммунизма, демократии и капитализма.

Важным элементом вашей статьи должны стать **ваши уникальные идеи**. Поделитесь своим мнением по поводу главных вопросов из той области, в которой вы заняты. Вы также можете высказать свое мнение относительно общих тем, если вы ожидаете, что ваши читатели проявят к этому интерес.

Пытайтесь не просто изложить чужие мысли своими словами, а четко представить собственную тему для обсуждения, указав на свои доводы. Способствуйте возникновению диалога, возможно даже дискуссии и спора по тем темам, которые часто обсуждаются, и которые не теряют своей актуальности со временем – так вы сможете привлечь трафик к своему блогу.

### **4. Создайте свой источник – бесплатный отчет, официальный документ или электронный образовательный курс.**

Этот тип опорной статьи является моим любимым. Небольшой образовательный документ на 2-10 страницах, который рассказывает подробно о том, как сделать что-либо, или ряд статей, объединенных в один курс – может стать замечательной опорной статьей.

У вас есть несколько способов представления такой информации:

- Создать PDF документ, который читатели смогут скачать, т.е. что-то подобное тому, что вы читаете прямо сейчас. Преимущество такого способа состоит в том, что вы можете с легкостью распространять подобный файл (например, через свою почтовую рассылку – подсказка, подсказка :-)), так вы сможете испытать все преимущества серьезных маркетинговых последствий, особенно, если вы представите лучший в своем роде высококачественный отчет или книгу.
- Разместите содержимое отчета в нескольких отдельных публикациях, связанных между собой. Вы также можете выделить их в отдельную серию статей в своем архиве или разместить в списке лучших публикаций.

Если вы посетите раздел статей "**Free Reports**" на моем блоге [www.entrepreneurs-journey.com](http://www.entrepreneurs-journey.com), то вы сможете увидеть пример отчета в формате PDF, который мы выпустили совместно с Брайаном Кларком (Brian Clark). Этот отчет является хорошим примером опорной статьи, выполненной в виде бесплатного отчета. (См. также раздел «**Сознание победителей**» на блоге [www.yourfreedom.ru/?p=38](http://www.yourfreedom.ru/?p=38))

Если вы не можете решить, какой метод распространения вашего бесплатного отчета будет самым лучшим, то я советую вам выложить его в нескольких возможных вариантах. Создайте файл в формате PDF, доступный для скачивания, а также опубликуйте несколько статей по отдельности, и распространяйте их через почтовую рассылку. Так вы сможете продемонстрировать себя лучшим образом и удовлетворить запросы максимально широкой аудитории читателей.

Важная особенность такой концепции заключается в том, что вы должны создать решение «все в одном», которое бы помогало разрешить типичную проблему. Также как и статья типа «**Как это делается**», бесплатный отчет или руководство является очень мощной основной статьей, потому что такая статья отражает ваше знание дела и ваш опыт и привлекает постоянный **трафик** на ваш блог.

## **5. Одна из самых популярных опорных статей – это «статья-список»**

Скорее всего, вы видели множество подобных статей на других блогах. Их обычные названия: «Семь способов для...» или «Десять подсказок, чтобы улучшить...» и т.д. ("*Top 7 Ways To?*" или "*10 Tips To Improve?*")

Эти статьи пользуются успехом по двум причинам -

1. **Списки легко перевариваются людьми.** Было протестировано и доказано, что статьи объемом в 300-700 слов с множеством пунктов, организованных в виде списка, с привлекательными заголовками являются замечательным способом притянуть трафик к вашему блогу. Здесь главным фактором является простота форматирования статьи, благодаря которой человек способен быстро ее просмотреть – именно это и делают большинство интернет-серферов.

2. Урок, в котором изложена определенная последовательность действий, можно организовать в виде списка. **Люди любят делиться таким списками.** Следовательно, другие блогеры зачастую дают ссылки на подобные статьи в своих блогах, а также подобные статьи размещаются на сайтах с «закладками» (bookmarking sites), которые привлекают трафик.

При условии, что ваша статья-список выдерживает все остальные стандарты опорной статьи, т.е. – ее содержимое не зависит от времени, содержимое статьи является оригинальным, статья помогает решить часто возникающие трудности, и вы размещаете эту статью в прямой видимости своей аудитории, подобная статья

зачастую становится опорной.

Однако, проявляйте осторожность, создавая статьи-списки на темы, хорошо раскрытые в других блогах, или на темы, которые ни у кого не вызывают трудностей. В большинстве случаев, чем больше «вашего» участия в статьях, чем больше историй из собственного опыта вы упоминаете, тем больше вероятность того, что у вас все получится наилучшим образом.

## **6. Техническое руководство**

Техническое руководство очень похоже на статью «Как это делается», либо на отчет, но в нем более подробно раскрываются технические стороны проблемы. Блогеры, сконцентрированные на технологиях, могут писать очень хорошие статьи в стиле «техническое руководство», так как они любят использовать графики, таблицы и рисунки для демонстрации чего-либо.

Техническое руководство – это пошаговое руководство по выполнению определенной задачи, снабженное визуальным рядом для более легкого понимания. Зачастую, с помощью иллюстраций можно сказать гораздо больше, чем с помощью слов. Дизайнеры и программисты используют такой стиль статей для объяснения того, как они программируют, как они используют Photoshop для создания картинок, или как они используют другое программное обеспечение.

Вы можете применить этот принцип к любой области, в которой суть решения задачи сложно объяснить с помощью слов. В этом случае рисунки играют большую роль, чем слова.

Лично мне проще объяснить что-либо, используя слова, вместо применения большого количества фотографий и скриншотов (screenshots – сохраненный рисунок экрана), возможно, что вы предпочитаете рисунки. Если вы обладаете доступом к необходимым ресурсам для создания статей в виде «технического руководства», то для вас эта концепция подходит идеальным образом.

Вы можете применить к своему блогу и протестировать самые основные концепции написания мощных опорных статей, рассмотренные выше. Если вы будете писать статьи каждый день, используя подобные концепции, вы сможете заложить прочное основание для создания успешного блога.

Осталось лишь добавить в нашу смесь немного маркетинга?

## ***Как продвигать свой блог?***

Если ваши опорные статьи уже готовы, и вы намерены обеспечить продолжительный поток подобных статей, то вам необходимо переходить к следующему шагу – привлечь людей и показать им, насколько замечательным является наполнение вашего блога.

В этот момент маркетинг жизненно необходим. Как я уже говорил ранее, продвижение вашего блога заключается в построении **каналов общения (коммуникационных каналов)**. Создавая коммуникационные каналы, вы привлекаете внимание человека и побуждаете его предпринять определенные действия, которые обычно заключаются в том, что этот человек посещает ваш блог.

Существует буквально бесчисленное количество способов, которые вы можете использовать для построения каналов общения (коммуникационных каналов); начиная от простых и быстрых способов, заканчивая сложными, отнимающими много времени.

Вы когда-нибудь слышали фразу: **«За что взял, за то и продал»**. Это изречение полностью применимо к процессу маркетинга (продвижения) вашего блога. То, что выполнить легко, не обладает сильным воздействием. То, что отнимает много времени и усилий, *обычно*, гораздо лучше вознаграждается большим количеством посетителей.

Вот небольшой пример:

**Тактика:** Оставлять комментарии в блогах других людей. Хорошо известно, что, оставляя комментарии в других блогах, вы притягиваете читателей на свой блог, так как у каждого оставленного вами комментария есть ссылка на ваш блог. Вам лишь необходимо потратить несколько секунд на то, чтобы написать пару предложений, и ба-бах, вы создали свой первый канал общения, благодаря которому люди находят ваш блог.

Это очень простая тактика, поэтому так много людей ею пользуются. Комментарии повсюду, но, несмотря на то, что они являются внутренней составляющей блогинга, **их эффективность в качестве инструмента маркетинга очень низка**. Благодаря комментариям, на ваш блог потечет лишь маленькая струйка потока посетителей.

Однако, существуют более мощные способы использования комментариев в качестве инструментов создания коммуникационных каналов. Например, вы можете затрачивать больше времени на каждый комментарий, пытаясь добавить к дискуссии или статье что-то действительно ценное. Сконцентрируйтесь на нескольких ключевых блогах, используйте комментарии как средство построения взаимоотношений с успешными блогерами.

Эти техники могут помочь вам расширить свои каналы общения и превратить их из струек в потоки. И все же, очень маловероятно, что вы сможете создать популярный блог, занимаясь лишь написанием комментариев.

**Тактика:** Напишите качественный отчет на какую-нибудь тему объемом в 30 страниц и начните его бесплатное распространение через свой блог. Затем, используя электронную почту, свяжитесь с другими блогерами и дайте им знать об этом.



Очень мощная методика продвижения сайта заключается в том, чтобы потратить неделю своего времени на написание исчерпывающего руководства, разместить это руководство в своем блоге, а затем оповестить об этом других блогеров и попросить их оценить его.

Результаты могут отличаться, но если все пройдет удачно, то в других блогах появятся ссылки на ваше руководство, а также статьи, рекомендующие ваше руководство для прочтения. Все это привлечет новую волну читателей на ваш сайт.

Если в вашем блоге уже размещены опорные статьи, то многие из посетивших ваш блог впервые могут стать вашими **постоянными читателями**.

Я считаю, что именно такие каналы общения обладают значительным **масштабом** и **охватом**. Эти каналы скорее напоминают широкие реки, нежели маленькие ручьи. Подобная маркетинговая тактика является гораздо более мощной. Все эти меры позволяют вам создать постоянный поток читателей на ваш блог на долгие месяцы или даже годы. Если вы хотите найти примеры применения этой методики в действии, то ходить далеко не надо, обратите внимание на это руководство.

Убедитесь в том, что вы направили это руководство всем своим друзьям и написали статью, в которой рекомендуете скачать это издание. Этими действиями вы сможете доказать справедливость моей точки зрения :-)

## ***Время и Вознаграждение***

Отличие одной тактики от другой заключается в том, сколько времени и усилий вам необходимо приложить, чтобы добиться определенных результатов. Легкие техники имеют низкие входные барьеры, поэтому они применяются большинством людей, и, следовательно, их влияние незначительно.

Такие техники, как «*tag and ping*» (процесс автоматического уведомления поисковых машин об обновлении информации в вашем блоге), были в свое время достаточно мощными, однако вскоре они потеряли свое влияние, так как благодаря своей простоте, они стали использоваться большинством блогеров.

Определенные методы требуют более значительного инвестирования ресурсов и отнимают больше времени, поэтому меньшее количество людей решается их применять. Вы можете выделиться за счет усилий, предпринятых в этом направлении.

Существует также взаимосвязь между качеством и усилиями. В большинстве случаев, потратив на выполнение определенной задачи целую неделю, вместо одного дня, вы добьетесь лучших результатов. Это очевидно, но необходимо заострить на этом ваше внимание, потому что...



## **Большинство людей ленивы**

Большинство людей ленивы. Большинство **блогеров** ленивы. Руководство по созданию успешного блога, которое вы читаете в настоящий момент, возвращается в среде блогеров, его прочитают тысячи человек. Вот, что я пытаюсь сказать: «Чем больше ты вкладываешь усилий, тем более значительным будет вознаграждение». Многие люди понимают мои доводы, но все же возвращаются к действиям, которые имеют меньшее влияние, по той причине, что они *легче* в реализации.

Люди, ознакомившиеся с этим руководством, поймут, насколько важны опорные статьи, они ознакомятся со всевозможными замечательными маркетинговыми стратегиями, получат вдохновение и заряд энергии для выполнения профессиональной деятельности в качестве блогера, которая является билетом в лучшую жизнь.

И все равно, несмотря на свои новые знания, они будут проводить свое время за просмотром телевизора, чтением других блогов, просмотром других сайтов и в стенаниях по поводу того, как сильно они ненавидят свою работу.

Этим людям, которые так любят жаловаться, некого винить за их настоящее положение, кроме себя. То, как они живут сейчас, является результатом тех решений, которые они приняли ранее.

Продолжая вести себя как раньше, вы будете получать те же самые результаты.

Вы ответственны за то, чтобы не стать одним из этих людей. Чтобы избежать судьбы ленивого человека, попавшего в психологическую ловушку, вы должны концентрироваться на следующей идее, обладающей огромной силой – **действуйте**. Не просто действуйте, а действуйте в направлении вашей цели.

Если ваша цель – заработать деньги с помощью блога, то разве не будет разумным писать каждый день по одной опорной статье и заниматься продвижением (маркетингом) своего блога также каждый день? Если ваша цель заключается в создании прибыльного блога, и вы только начинаете двигаться в этом направлении, то вам нужно беспокоиться лишь о выполнении двух действий, перечисленных выше: **написании статей и продвижении блога**.

## **Коммуникационные каналы (Каналы общения)**

Я уже рассказал вам о некоторых типовых видах опорных статей, сейчас я хочу привести для вас типовые виды маркетинговых тактик. Прежде чем я перечислю для вас некоторые особенные методы, которые я применяю для привлечения аудитории читателей к своему блогу (трафик), я хочу, чтобы вы поняли, почему я подразделяю

различные техники на две категории, и почему одни из них отлично работают, в то время как другие дают посредственные результаты.

### **Небольшие Ручьи Трафика**

1. Комментарии в блогах
2. Комментарии на форумах
3. Trackbacks
4. Продвижение отдельных статей

### **Полноводные Реки Трафика**

1. Упоминание на главных страницах других блогов
2. Упоминание в - Del.icio.us
3. Ведущие блоги ссылаются на ваш блог.
4. Упоминание в популярных рассылках новостей
5. Упоминание в журналах и газетах

Как я уже отмечал ранее, маркетинг, в сущности, сводится к построению коммуникационных каналов. Для упрощения, я подразделяю все коммуникационные каналы на две группы: **маленькие и большие**, ручьи и реки.

Для формирования маленьких коммуникационных каналов (каналов общения) вы можете: оставлять комментарии, писать сообщения в форумах, загружать свои статьи в каталоги, такие как [Ezinearticles.com](http://Ezinearticles.com), обмениваться ссылками, регистрироваться в каталогах.

Все эти техники *могут* привести к появлению хорошего трафика, но в среднем и для большинства людей, они не приводят ни к чему значительному.



Используя эти простые техники, работая над ними непрерывно изо дня в день, вы можете добиться улучшения ваших результатов. Вы будто бы прибавляете понемногу каждый день 1+1+1, вы используете метод «*младенческих шажков*».

Нет ничего дурного в использовании метода «*младенческих шажков*» для достижения успеха в блогинге, но этот метод очень медленный, и вам придется довольно усердно работать. Я это знаю, потому что сам изначально использовал такие способы привлечения маленьких потоков трафика к своему блогу.

Вы многому научитесь, но также вы будете ощущать разочарование, потому что **для создания значительного трафика вам придется затратить очень значительные усилия.**

Но вот когда я в действительности пришел в восторг, так это когда один маленький ручей трафика превратился в большую **реку**. Когда я открыл **объемный**

**коммуникационный канал**, тогда за короткий промежуток времени на моем блоге случилось просто наводнение, трафик значительно увеличился.

Широкие коммуникационные каналы открываются когда происходят следующие события: кто-то из ведущих блогеров упоминает о существовании вашего блога в своей статье, когда вы попадаете на главную страницу таких сайтов как [www.Digg.com](http://www.Digg.com), или каталогов популярных страниц подобных [Del.icio.us](http://Del.icio.us), когда у вас берут интервью или название вашего блога освящается на телевидении или радио.



Также человек, который ведет популярную рассылку новостей, может открыть объемный коммуникационный канал, порекомендовав ваш блог в своей рассылке. Если популярный сайт новостей ссылается на вашу статью, то это может привести к возникновению огромного потока трафика на ваш блог.

Все это - гораздо более значительные источники известности – **широкие коммуникационные каналы** – реки. Проблема большинства блогеров заключается в том, что они начинают свою деятельность, не имея доступ к большим коммуникационным каналам. Люди, обладающие известностью, получают доступ к подобным каналам сразу же, как только они начинают вести свой блог. Именно поэтому вы всегда узнаете о том, что кто-то из знаменитостей начал вести свой блог – ведь это становится новостью само по себе.

Вы можете купить объемные коммуникационные каналы, расходуя деньги на рекламу. Существуют другие способы приобрести известность, не тратя при этом много денег (скрытый маркетинг «**guerrilla marketing**» – занимается именно этим), но в этом случае результат не гарантирован.

Я предполагаю, что вы не являетесь знаменитостью и деньги на ветер вы не кидаете, поэтому, чтобы привлечь трафик к своему блогу вам будет необходимо создать малые коммуникационные каналы и развить их до больших.

## ***Сила Рычага***

Если сегодня ваш блог посещают ежедневно 100 читателей, и вы публикуете замечательную статью, то только эта сотня людей узнает об этом. Если вам «повезет», и один из этой сотни ведет собственный блог или рассылку новостей с 5000 подписчиками, и он (она) решит сослаться на вашу замечательную статью, тогда – ба-бах – у вас сразу же появляется большой коммуникационный канал, и число ваших постоянных читателей значительно вырастает.

Когда вы достигните цифры 1000 читателей в день, тогда вы будете иметь

больше шансов открыть большой коммуникационный канал, так как вы будете обладать значительным **рычагом** – вашей аудиторией. Именно поэтому самые популярные блоги быстро увеличивают трафик – у них есть значительный рычаг в виде их собственной аудитории читателей.

Если ежедневно ваш блог читают 5,000 человек, то вы можете написать замечательную опорную статью, и эти люди будут играть для вас роль малых и больших коммуникационных каналов. Они приведут в ваш блог еще больше новых читателей, возможно, благодаря тому, что они напишут о вашей статье в своих блогах, или сошлутся на вашу статью в одном из форумов. Эти люди также могут рассказать о вашем блоге своим друзьям.

Фактически, **ваша аудитория осуществляет маркетинг за вас**, именно поэтому ведущие блогеры разделяют одну общую черту, они не так много занимаются непосредственно прямым маркетингом, помимо того, что наполняют свой блог удачным содержанием.

Ведущие блогеры привлекают внимание других ведущих блогеров и они ссылаются друг на друга, разделяя тем самым богатство и трафик между собой. *Богатые* блогеры становятся *богаче*. Ведущие блоги также обладают тем преимуществом, что у них есть основательная база читателей, поэтому они способны попасть на верхушку рейтингов таких сайтов-закладок (bookmarking sites) как [www.Digg.com](http://www.Digg.com) и [Del.icio.us](http://Del.icio.us), основываясь целиком только на своей существующей аудитории.

Вы можете попасть на главную страницу таких сайтов довольно легко, если ваша аудитория превышает 10,000 читателей. Нет сомнений в том, что большое число замечательных статей никогда не попадут на заглавные страницы только лишь по той причине, что они опубликованы в мало известных блогах. В то же время, не настолько ценное содержание других статей может оказаться на первых полосах только потому, что оно было ранее опубликовано в одном из ведущих блогов.

Прежде чем вы начнете сокрушаться о том, что вам никогда не достичь цифры в 5000 или в 1000 читателей в день, вспомните, что даже самый успешный блог начинался с того, что у него вообще не было читателей. Все мы начинаем с одного места – с трафика объемом в жирный ноль (ну может быть 1, если учитывать, что вы сами читаете свой блог).

Ваша конечная цель – стать ведущим блогером, чтобы иметь возможность наслаждаться всеми преимуществами, которые были описаны мною ранее. Лучше всего то, что, став популярным блогером, вы сможете сконцентрировать всю свою энергию на написании замечательного наполнения для вашего блога, вместо того, чтобы заниматься маркетингом. Это будет возможно благодаря тому, что ваши читатели будут распространять славу о вас.

## Составные эффекты

Ну так, как же стать ведущим блогером и привлечь огромный трафик? Для этого необходимо использовать **составные эффекты**. Начав с малых коммуникационных каналов, вы будете использовать различные рычаги для увеличения трафика, пока вы не начнете наталкиваться на все большие и большие коммуникационные каналы.

Проблема, с которой вы столкнетесь в самом начале, заключается в том, что никто не предоставит вам обширные коммуникационные каналы, и у вас, скорее всего, к тому моменту еще не будет своего канала. Если вы уже владеете блогом, который находится в списке ведущих, или вы ведете рассылку новостей, на которую подписаны тысячи читателей, то, очевидно, вы будете использовать эти инструменты (существующие коммуникационные каналы) для запуска своего нового блога.

Большинство начинающих блогеров не имеют больших источников трафика, с которыми они могли бы начать работать, следовательно, **самый сложный этап – это начало**, так как вам просто не к чему применять **рычаги** (используйте знание этого факта для самомотивации – по мере того, как вы будете развивать свой блог, свой актив, все будет становиться гораздо проще).

Ваша стратегия заключается в использовании метода «младенческих шажков», но вы концентрируетесь на том, чтобы с каждым разом предпринимать все большие шаги – 1 + 1 + 2 + 2 + 3 + 3 и т.д., пока однажды вы не совершите **прорыв**.

И вот внезапно, натолкнувшись на большой коммуникационный канал, вы начинаете добавлять 100 + 90 + 70 новых читателей ежедневно. Со временем этот канал угаснет, но вы уже никогда не вернетесь к тому моменту, когда вы прибавляли лишь пару читателей каждый день. Вместо этого вы будете привлекать 5 – 10 читателей, потому что вы открыли ресурс с большим трафиком, который не иссякает так быстро.

После привлечения первой сотни читателей, вам будет гораздо легче привлечь следующую сотню. Каждый раз, когда вы имеете дело с большим источником трафика, вы будете добавлять большой кусок к своей основной аудитории, что, в свою очередь, позволит вам еще легче натолкнуться на следующий большой источник трафика.

Все это является результатом **составного эффекта**, этот эффект применим как к процессу маркетинга вашего блога, так и накоплению средств на счету в банке.

С помощью комбинирования различных источников трафика, вы выстраиваете коммуникационные каналы. Начиная с малых источников, которые вы увеличиваете за счет применения различных рычагов, вы получаете доступ ко все большим источникам трафика.



## ***Думайте о глобальном, работайте над малым.***

Ключом доступа к большим коммуникационным каналам является ваша фактическая работа над малыми. Создание аудитории целиком зависит от успешного выполнения предыдущих шагов, которые вы предпринимали один за другим. Вы должны обладать терпением, должны вести себя последовательно и упорно. Помните, что со временем вы получите вознаграждение.

Давайте сконцентрируемся на том, что вы должны предпринять сегодня. Вот на что вы должны быть нацелены прямо сейчас:

1. Создайте блог и населите его хорошими **опорными статьями** (вероятнее всего вы уже начали заниматься этим, если нет – за работу!).

2. Продвигайте свой блог, используя небольшие бесплатные **коммуникационные каналы**.

Вот чего вы этим добьетесь – вы создадите ценное содержимое и положите начало росту трафика. В определенный момент случится нечто **замечательное** – большой сайт, блог, новостная газета или журнал, сошлется на вас. Возможно, какой-нибудь журналист попросит у вас интервью, популярный интернет журнал опубликует вашу статью, или вы примете участие в качестве гостя при записи какого-либо аудиоматериала.

Что бы ни произошло, это произойдет потому, что для этого найдется определенная причина. Этой причиной станет та ценность, которую представляет ваш блог (и вы) – **наполнение вашего блога**. После того, как вас заметят впервые, вы обнаружите, что вам все проще и проще привлекать трафик, и вы получаете доступ ко все большим и большим коммуникационным каналам.

От вас все еще будет требоваться выполнение множества текущих работ, и вам будет необходимо доказывать, что вы способны создавать ценное наполнение. С каждым новым читателем вам будет проще привлечь следующего, благодаря молве и сети интернет (люди будут говорить другим людям о вашем блоге, другие блогеры будут писать о вас, и т.д.).

Невозможно добиться последовательных результатов, основанных на этой особенности блогинга. Некоторые блогеры смогут добиться превосходных результатов в течение первых нескольких недель, опубликовав замечательную опорную статью, которую заметят и распространят по всей блогосфере ведущие популярные блоги, но, к сожалению, такой сценарий – **редкость**.

Большинству блогеров приходится пробивать путь наверх, последовательно и упорно работая. Именно поэтому, очень важно праздновать даже незначительный рост трафика, ожидая при этом, что однажды вы наткнетесь на неожиданную удачу – значительный рост трафика, помните, все это лишь вопрос времени.

## Тактики по увеличению трафика

Прежде чем вы начнете применять любые из приведенных техник по увеличению трафика, я **настоятельно** рекомендую вам наполнить блог определенным содержимым, желательно в нем должно быть **не меньше 10 опорных статей**. Если вы приметесь за дело и начнете привлекать посетителей к своему блогу, в то время как там нет настоящего содержимого, способного привлечь их внимание, то вы зря тратите свои усилия на маркетинг. Я уверен, что вы сочтете это высказывание вполне логичным, поэтому давайте продолжим.

На этом этапе ваша цель заключается в построении взаимоотношений с читателями и демонстрации ценности того, что вы делаете.

Используйте простые тактики построения малых коммуникационных каналов до того момента, пока не получите доступ большим коммуникационным каналам. Используйте для этой цели лучшее содержимое своего блога.

Как только вы создадите ценное наполнение, которое достойно значительного внимания, другие блогеры и просто читатели начнут естественным образом рекомендовать ваш сайт для прочтения другим людям – **в силу вступит «вирусный маркетинг»** - вам лишь необходимо усердно трудиться, для того, чтобы добраться до этой точки.

Ниже вы найдете некоторые безошибочные тактики по привлечению трафика, которые легко могут быть применены начинающими блогерами. Эти техники помогут вам добраться до своих первых нескольких сотен читателей.

### Использование комментариев в маркетинговых целях

Да, это очень распространенный совет, но он действительно **работает**, поэтому вы можете использовать метод написания комментариев в других блогах для продвижения своего. Я уже обсудил с вами более остроумные способы написания комментариев (пишите ценные комментарии, фокусируйтесь только на узкоспециализированных блогах, которые дополняют тему вашего блога), поэтому теперь вы просто должны встать и приступить к делу.

Когда я только начинал заниматься блогингом, у меня был следующий заведенный порядок – каждый вечер, когда я чувствовал себя слишком усталым, чтобы заниматься написанием чего-то длинного, я писал, по крайней мере, десять комментариев на смежных блогах. Очень полезно бывает сформировать определенную привычку, потому что последовательность в этом смысле имеет значение!

### Молва

*Информация, передаваемая из уст в уста, всегда являлась самым лучшим источником трафика.*

*В следующий раз, задумываясь о том, какую информацию предоставить своим читателям, спросите себя: «Возникнет ли у людей естественное желание поделиться ее с другими?»*



## Использование форумов в маркетинговых целях

Точно также, как и при использовании комментариев, вы делаете свой ценный вклад в дискуссии, ведущиеся на форумах со смежной тематикой. Оставляя ссылку на свой блог в качестве своей подписи, вы привлекаете посетителей на свой сайт. Опять же, чем больше времени и энергии вы вложите в создание заслуживающей доверия репутации, тем больший трафик вы направите на свой блог.

Один из первых значительных источников трафика я привлек, разместив свою статью на одном из популярных форумов, который был связан с моим блогом общей тематикой.

Я написал полноценную статью о партнерском маркетинге, ссылаясь при этом на свой блог. Далее, вместо того, чтобы опубликовать эту статью в своем блоге, я разместил ее на трех форумах. Впоследствии, на каждом форуме после опубликования моей статьи возникла дискуссия, и множество людей переходило по ссылке, чтобы взглянуть на мой блог.

### Маркетинг на основе «трекбэк» (Trackback)

Эта техника уже не настолько эффективна, как она когда-то была, но все же с ее помощью вы можете немного увеличить трафик. Оставляйте сообщения «трекбэк» в статьях в других блогах, где это возможно, ссылаясь при этом на свой блог.

Сообщения «трекбэк» размещаются в зоне комментариев, вслед за текстом статьи. Если вы будете одним из первых оставлять подобные сообщения в популярных блогах, то, благодаря этому некоторый объем трафика потечет в вашу сторону. Люди в поисках дальнейших дискуссий по поводу статьи будут переходить по ссылкам и выйдут на ваш блог. Также, оставляя сообщение «трекбэк», вы привлекаете внимание самого автора блога.

Если вы не знаете, что представляют собой сообщения «trackback», вы можете найти объяснение этого термина через Google или в любой онлайн-онлайн-энциклопедии.

### Подборка публикаций

Я добился замечательного успеха на ранних этапах продвижения своего блога, отсылая свои опорные статьи в различные подборки публикаций (blog carnivals).

*«Подборка публикаций» - это статья в блоге, которая объединяет статьи с других блогов, объединенные общей тематикой, в коллекцию. Идея заключается в том, чтобы собрать самые лучшие опубликованные за неделю статьи по определенной тематике. Зачастую другие блогеры ссылаются на статьи из таких коллекций. Это приводит к тому, что блогеры, чьи статьи размещены в таких коллекциях, могут наслаждаться внезапным ростом числа читателей их блога.*

Еще один совет: при выборе подборки публикаций обратите основное внимание на соответствие темы подборки содержанию ваших статей. Если хотите привлечь как можно больше посетителей на свой сайт, размещайте в подборках только самые лучшие статьи.

### **Вот и все!**

Я мог бы продолжить перечислять различные техники, которые вы могли бы применить. Но давайте взглянем в лицо фактам, вы, вероятно, уже знаете большинство из них, но не вложили достаточное количество времени и последовательных усилий в их применение, а это необходимо для привлечения значительного трафика.

Я не хочу перегружать вас идеями, я хочу, чтобы вы пошли и применили вышеописанные техники, причем применяли бы их довольно часто, чтобы получить действительное вознаграждение. Все зависит от **концентрированных усилий**. Работая постоянно, применяя лишь несколько методик, вы добьетесь лучших результатов, чем в случае применения всех известных вам методик лишь однажды.

- **Каждый день** оставляйте свои комментарии на блогах, подобных вашему по содержанию;
- Каждый день участвуйте в дискуссиях на ведущих форумах; если можете, публикуйте полноразмерные статьи;
- Каждый раз, публикуя свою новую статью, оставляйте сообщения «трекбэк» на других блогах.
- **ПОСТОЯННО** размещайте свои лучшие статьи в тематических «подборках публикаций»

Первые шесть месяцев своего пути в качестве блогера я посвятил написанию отличных статей, фокусируясь при этом на базовых техниках проведения маркетинга в сети. В самом начале я применял, по крайней мере, один из методов **каждый день**.

Вы можете заменить эти методики любыми своими идеями, используйте маркетинг с использованием пресс-релизов, взаимнообмен ссылками с другими блогами, взаимнообмен статьями; выступайте в качестве приглашенного автора в других блогах и т.д. – важно лишь **выполнять эти действия достаточно последовательно, чтобы добиться результатов**.

Я больше не концентрируюсь на приведенных выше методиках, так как я уже создал обширную аудиторию читателей, которые распространяют добрую молву о моем блоге всякий раз, когда я пишу новую статью.

Вы пока не можете себе этого позволить, но вы способны достичь и достигнете такого уровня, когда вы сможете насладиться всеми преимуществами жизни блогера.

## Взаимоотношения с Блогерами

Первые значительные скачки в объемах трафика произошли благодаря тому, что в некоторых популярных блогах появились ссылки на мой блог. Почему другие блогеры ссылались на меня? Для этого есть две причины:

1. Я установил определенные отношения с блогером или чем-то привлек его внимание.
2. Я написал статью, которая стоила того, чтобы на нее ссылаться.

Первое значительное увеличение трафика (его удвоение) я испытал, когда один из блогеров Дарен Роуз (Darren Rowse) сослался в своем блоге на цикл моих статей «business timeline» ([www.entrepreneurs-journey.com/yaro-starak-timeline/](http://www.entrepreneurs-journey.com/yaro-starak-timeline/))

«Business timeline» - это огромный цикл статей, в котором я привожу обзор различных бизнесов, которыми я управлял в свое время.

Почему Дарен сослался на мою статью? Потому что незадолго до этого я натолкнулся на его блог и установил с ним контакт. Помогло и то, что мы оба Австралийцы. В действительности же я лишь послал ему электронное письмо с приветом - это было все, что я сделал, для того, чтобы установить первоначальный контакт.

Я уверен, что с того момента Дарен приглядывал за моим блогом. Когда я публиковал статьи, которые, как он считал, могут заинтересовать его читателей, Дарен ссылался на них. Это и есть классический случай возникновения **взаимоотношений между блогерами**.

Взаимоотношения с блогерами равными вам по уровню являются ключом доступа к большим коммуникационным каналам. По сути, все сводится к обретению друзей в сети. Намного вероятнее, что блогеры будут читать блоги тех людей, которых они знают и которые им нравятся. Если ваш блог не читают преуспевающие блогеры, занимающие ведущие позиции в сети, то у вас нет шансов, что они сошлются на вас в своем блоге.

Существует несколько путей построения взаимоотношений с блогерами. Вот несколько идей, которые у меня отлично сработали:

### **Не становитесь «изолированным» блогером**

*Большинство блогеров, ведущих популярные блоги, в свое время использовали другие популярные блоги для того, чтобы приобрести известность самим.*

*Если вы активно не привлекаете внимание других блогеров и не пытаетесь построить взаимоотношения с ними, вы никогда не создадите значительный объем трафика на ваш блог. Не изолируйте себя от других.*

### **1. Первыми ссылайтесь в своем блоге на других блогеров, не ожидая, что они сошлются на вас в ответ.**

Одним из лучших способов привлечь внимание других блогеров заключается в следующем – «отдавайте, прежде чем получить». Сошлитесь в одной из своих статей на их блог, и вы появитесь на их «радаре». Если вы будете делать это довольно часто, то они вас заметят и, будем надеяться, сошлются на вас в ответ, особенно если на вашем блоге присутствует стоящее содержимое.

### **2. Пошлите электронное письмо и представьтесь.**

Пошлите письмо с приветом другому блогеру, и объясните, что вам нравится в его блоге. Именно так закладывается фундамент отношений. Прежде чем просить о чем-либо, вам следует просто наладить хорошие отношения.

### **3. Опубликовав действительно стоящую статью, свяжитесь с ведущими блогерами, дайте им знать об этом.**

Брайан Кларк (Brian Clark), широко известный своим блогом [www.Copyblogger.com](http://www.Copyblogger.com), однажды в своем интервью сказал мне, что после опубликования одной из своих лучших статей, он связался с 30 ведущими блогерами, чтобы сообщить им об этом.

Не последнюю роль здесь сыграло и то, что содержимое блога Брайана является просто превосходным. Однако, сегодня даже ведущие блогеры вынуждены заниматься **проактивным маркетингом**, т.е. им также необходимо поддерживать взаимоотношения с другими блогерами для успешного продвижения своего блога.

Проявляйте понимание. Не ожидайте, что ведущие блогеры в ответ на вашу просьбу разместят на вас ссылку в своем блоге; иногда это может сработать, но это случается далеко не всегда. Вы добьетесь гораздо лучших результатов, если первоначально сформируете просто хорошие человеческие отношения с другими блогерами. Однажды вы попросите их о том, чтобы они сослались на вас в своем блоге, и ваша просьба будет расценена как просьба друга, а не незнакомца.

### **4. Проводите интервью**

Эта методика делает чудеса. Вы берете интервью у ведущего блогера в вашей сфере, а затем размещаете это интервью в своем блоге. В большинстве случаев этот человек сошлется на ваше интервью в своем блоге, чтобы поделиться им со своими читателями. Еще одним плюсом является то, что для организации интервью вам сперва будет необходимо наладить взаимоотношения, и избежать этого невозможно.

Лучше всего то, что интервью легко проводить, большая часть информации идет от человека, у которого вы берете интервью. Это замечательный способ

сформировать хорошую статью, выделиться в сети и сформировать хорошие отношения с этим блогером.

## 5. Сделайте интервью в форме «подкаста»

Подкаст - аудио запись, вещание в сети (podcast – произошло от названия продукта фирмы Apple – Ipod и английского слова “broadcasting” – вещание. Pod + casting = podcasting, podcast).

Подкастинг более сложно осуществить технически, но если вы можете преодолеть этот вызов, то вы получите все выгоды, которые предоставляет интервью. Плюсом к этому будет то, что ваш голос можно будет услышать, а это в свою очередь может улучшить вашу репутацию в среде блогеров.

В самом начале ведения блога, каждое значительное увеличение трафика происходило по причине того, что один из популярных блогеров ссылался на одну из моих опорных статей. Большинство блогеров, которые ссылались на меня, нашли мой блог благодаря тем усилиям, которые я приложил к построению малых коммуникационных каналов.

Возможно, они обнаружили мой блог благодаря тем комментариям, что я оставлял в их блогах, или благодаря тому, что я послал им письмо и представился им лично, или благодаря тому, что я брал интервью у них или у известного им блогера. Возможно, они прочли мою статью в одном из форумов и оттуда перешли по ссылке на мой блог, также они могли обнаружить мой блог благодаря одной из моих статей, размещенных в «подборках статей».

Если вы хотите **привлечь внимание**, вы должны **вылезть наружу**. Не забывайте о том, насколько сильно внимание к вашему блогу сказывается на ваш возможный доход.

## ***Воздействие сети***

Прекрасными последствиями ваших взаимоотношений с другими блогерами являются **сетевые эффекты**. Когда своим блогом вы привлекаете внимание другого блогера, это не означает, что о существовании вашего блога узнает только ведущий или ведущая другого блога. Это означает, что о вас узнает вся сеть посетителей этого блогера и, что еще лучше, вы получите прямые рекомендации, по крайней мере, это будет подразумеваться.

Эти рекомендации являются ключевыми факторами, так как они **укрепляют доверие** к вам со стороны читателей, что может привести к появлению еще большего внимания к вашему блогу.

Блогинг, по своей сути, основан на построении сетей. Если на вас ссылается один из ведущих блогеров, то это внезапно приводит к тому, что все остальные

блогеры узнают о вашем существовании. Вероятно, среди вашей новой аудитории, которую вы только что обрели, найдутся другие ведущие блогеры, которые в свою очередь могут сослаться на вас в будущем.

Этот процесс повторяется снова и снова, всякий раз, когда кто-нибудь из блогеров размещает ссылку о вас в своем блоге – ваша сеть будет только расширяться.

## ***Начинайте общаться с ровней***

Я называю это маркетингом, основанным на взаимоотношениях с **ровней** по той причине, что вам следует начинать общаться с теми блогерами, которые находятся на одном уровне с вами, с теми, кто находится в схожей ситуации. Вообще говоря, в мире блогинга человек является вашей ровней, если в его блоге рассматривается та же или схожая тематика, и ваш текущий уровень трафика примерно одинаковый.

Одной из типичных ошибок начинающих блогеров, следующих совету искать друзей среди других блогеров, является то, что они сразу же пытаются сорвать звезды с неба и пытаются завести дружбу с ведущими блогерами в своей области.

Популярные блогеры из списка №1 заваливаются письмами ежедневно. Возможно, вам повезет, и вы найдете блогера, у которого будет время отвечать на все письма, которые он или она получает. Основываясь на своем опыте, я могу сказать, что как только ваш блог становится широко известным, вас начинают заваливать запросами, и абсолютно не реально отвечать на все эти запросы лично.

В большинстве случаев, если вы вдруг, ни с того ни с сего, решите написать ведущему блогеру письмо, вы не получите ответа. Самые популярные блогеры получают ежедневно слишком много писем и просьб и не имеют возможность ответить на все из них. Вы можете привлечь внимание ведущего блогера, если являетесь ему ровней (т.е. сами являетесь ведущим блогером).

Когда вы обретете определенный трафик, вам будет намного проще привлечь внимание тех, кто также создал свою аудиторию читателей, так как **доверие читателей и других блогеров к вам уже заложено**. Однако, большинство людей, читающих это руководство, находятся в другой ситуации.

Гораздо разумнее пытаться установить взаимоотношения с людьми, **такими же, как и вы**. Ваша истинная ровня – блогеры, которые обладают схожим объемом трафика и схожими целями. Намного вероятнее, что эти люди будут более открыты к общению и склонны к тому, чтобы обменяться с вами ссылками. Они ищут дружбы с другими блогерами. Общаясь с людьми, похожими на вас, вы будете работать над созданием общего трафика, строя коммуникационные каналы.

Если вы сталкиваетесь с проблемами, убеждая других людей в эффективности



такого вида маркетинга; если вы замечаете, что другие блогеры игнорируют вас, поделитесь с ними этим руководством, тем самым вы сможете расширить их горизонты видения. Возможно, они с желанием захотят разделить трафик с вами, осознав, насколько больше пользы вы можете получить от совместного сотрудничества.

## ***Большая опорная статья с лучшим содержанием***

Насколько бы ни замечательны были малые коммуникационные каналы, иногда для того, чтобы добиться действительного всплеска трафика, необходимо закатать рукава, поработать в поте лица и создать что-то действительно уникальное – в действительности особенную **опорную статью**.

Как я уже упоминал ранее, чем сильнее вы вкладываетесь, в то время как другие проявляют вялость и апатию, тем больших результатов вы достигаете. Как говорится: «что посеешь, то и пожнешь».

Написав большой отчет, подобный этому руководству, вы привлечете гораздо больше читателей, нежели всего лишь одной статьей, причины этого очевидны. Одни опорные статьи представляют гораздо большую ценность, чем другие, поэтому они вознаграждаются большим вниманием.

По мере роста блогерского пространства, становится все сложнее и сложнее произвести настоящий взрыв, так как планка поднимается все выше и выше.

В этом заключается природа маркетинга. Когда кто-то впервые использует что-то особенное, какой-либо уникальный метод распространения или формат, или рассматривает уникальную тему, тогда это имеет наибольшее влияние. Следующий человек, использующий ту же самую методику, уже не производит такого сильного впечатления, а сам способ, по мере того, как люди привыкают к нему, становится со временем все менее эффективным.

Однако, существуют определенные методики, которые, в большинстве случаев, работают хорошо и позволяют вам открыть большой коммуникационный канал, несмотря на то, что они уже давно используются.

Вот некоторые методики, которые вы можете начать применять немедленно.

### **Бесплатное руководство.**

Бесплатное руководство позволит вам добиться наилучших результатов, особенно, если вы поделитесь в нем важной информацией, недоступной нигде более. Короткий PDF документ объемом в 10-50 страниц, распространяемый через ваш блог, является замечательным маркетинговым инструментом. Если вы изложите в нем информацию на действительно востребованную тему, то это позволит вам создать значительный трафик.



Некоторые бесплатные руководства были скачаны из интернета и прочитаны большим количеством людей, чем некоторые книги-бестселлеры. Примером может стать руководство Хью МакЛеода (Hugh McLeod), размещенное в его блоге [www.GapingVoid.com](http://www.GapingVoid.com). Хью написал статью о том, как стать творческим человеком ([www.gapingvoid.com/Moveable\\_Type/archives/000932.html](http://www.gapingvoid.com/Moveable_Type/archives/000932.html)), которая была скопирована более миллиона раз.

### **Аудио / Подкаст / Удаленная конференция**

Добавьте подкаст к своему блогу и вы создадите совершенно новый канал общения – аудио. Некоторые блоги целиком построены на подкастах (аудиоматериалах) с использованием мощного маркетингового инструмента, такого как [iTunes](http://iTunes.com) (обязательно закачайте свой аудиоматериал / подкаст в iTunes, чтобы максимально увеличить число людей, которые его прослушают – это бесплатно. Вы можете узнать подробности по адресу [www.apple.com/itunes/store/podcaststechspecs.html](http://www.apple.com/itunes/store/podcaststechspecs.html)).

Еще одной замечательной формой аудиоматериалов является **удаленная конференция**. Договоритесь с другим блогером о беседе посредством телефонной линии, с участием слушателей. Обсудите какую-нибудь конкретную тему и ответьте на вопросы слушателей, а в дальнейшем разместите запись этой конференции в своем блоге. Попробуйте найти известного в вашей сфере человека и пригласите его принять участие в удаленной конференции вместе с вами.

С этой целью вы можете использовать ресурсы, подобные [www.freeconference.com](http://www.freeconference.com).

### **Видео семинары**

Как и в случае с аудио, вы создаете другой способ общения с вашей публикой. Если вы распространите свое видео через [www.YouTube.com](http://www.YouTube.com) с ссылкой на свой блог, или разместите видео в своем блоге, а другие блогеры будут ссылаться на это видео, то таким образом вы можете значительно увеличить количество посетителей.

**«Вирусный» маркетинг** зачастую возникает на основе удачного видео, которое могут посмотреть сотни тысяч людей или даже миллионы в течение лишь нескольких дней.

Если вам слишком сложно заниматься созданием «живых» видео семинаров, то вы можете начать с создания видео, захватывая изображение с экрана компьютера (screenshot). Для этого вам потребуется программное обеспечение, подобное [Camtasia](http://www.techsmith.com/camtasia.asp) (<http://www.techsmith.com/camtasia.asp>).

Качественное руководство, созданное с помощью Camtasia, может стать хорошей опорной статьей.

## **Программное обеспечение**

Программное обеспечение, распространяемое через ваш блог, может помочь вам привлечь огромные по объему потоки посетителей. Если ваше программное обеспечение становится стандартом де-факто, тогда вы получите огромное вознаграждение.

Задумайтесь о таких простых программах, например как плагины (дополнительные модули - «plug-ins») для блогов или программы, расширяющие возможности браузеров, таких как «Firefox». Вашим вознаграждением за распространение подобных программ станут входящие ссылки с других блогов и новые волны трафика.

Помните, вам не обязательно быть программистом; вам достаточно лишь придумать идею и направится с ней на такие сайты как [www.weblancer.net](http://www.weblancer.net), [www.ScriptLance.ru](http://www.ScriptLance.ru) и подобные им.

За вполне приемлемую цену вы можете заказать для себя написание той или иной программы.

## **Серии статей**

Серия опорных статей мало чем отличается от обычной статьи, но требует немного большего времени для написания. Вместо одной статьи, вы объединяете вместе несколько статей, связанных общей темой.

Вы можете рассматривать каждую отдельную статью из серии, как главу в книге. Также, вы можете изначально опубликовать бесплатное руководство в виде серии статей в своем блоге. Вы можете очень эффективно привлекать читателей, как с помощью качественных опорных статей, так и с помощью хороших серий статей. Серия статей поможет вам открыть широкие коммуникационные каналы. Ведущие блогеры будут ссылаться на ваши публикации.

## **Экспериментируйте и применяйте инновации**

Все вышеперечисленные идеи для создания наполнения вашего блога используются мною и другими блогерами, они позволяют открыть широкие коммуникационные каналы. Однако, необходимо иметь в виду, что это не точная наука и, что одни и те же действия могут привести к разным результатам.

Самый лучший совет, который я могу вам дать, будет заключаться в следующем: фокусируйтесь на создании пользы и ценности для своих читателей и используйте инновационные техники для того, чтобы довести эту пользу и ценность до своих читателей. Предложив что-либо в уникальной манере, вы получаете большее вознаграждение, чем в случае с традиционным «уже-было» подходом.

**Если вы хотите привлечь максимум внимания, вы должны стать творческим человеком.**