



Blog marketing, Blog PR

*Avagy összegyűjtött gondolatok 3 hónap és 101 blog tanulmányozása után
Készült: 2008. 10. 08 – 2009. 03. 05.*

*A cikket írta: Miklovicz Norbert, az **Internet vállalkozás a semmiből** című eBook szerzője, és a **www.internetvallalkozas.com** alapító főszerkesztője.*

Figyelem! Ez a tanulmány ingyenes!
Ha tetszett, vagy úgy gondoltod,
érdekelheti ismerősödet, küldd tovább!

Kedves Olvasó!



Amit most a kezében tartasz, az egy páratlan tanulmány; nyilván nem ismerhetem az egész magyar internetet, de ilyen jellegű írással én még nem találkoztam. Nem is írás ez, hanem inkább egy felmérés, egy olyan tanulmány, amelynek legfőbb célja, hogy sikeresen vegyétek a marketing akadályokat. Abból pedig van bőven – mint tudjuk.

Célom volt az is, hogy tisztába legyetek olyan tényekkel, amelyeket sajnos csak hosszas tesztelés, kipróbálás után lehet meghatározni. Még csak 2008 októberének eleje felé lapoztatók a kalendáriumot, amikor gondoltam egyet és elhatároztam, hogy egy olyan tanulmányt fogok készíteni, amely kidurrant egy marketing lufit és olyanról szól, amelyről mindenki csak ír, olvas, de senki sem próbálta meg igazán, (legalábbis) ilyen intenzíven és hatékonyan.

A tanulmányhoz szükséges háttéranyag úgy állt össze, hogy nem kevesebb, mint 101 hazai blogba kezdtem el posztolni és kezdtem el a hozzászólásokat figyelni, elemezgetni. A posztoknál hol saját néven, hol művésznéven, hol kritikusan, hol támogatóan írtam/szóltam hozzá a témához; hol mást kértem meg, hogy posztoljon rám; sokszor linket is becsatoltam, máskor spam érzetet keltve, vitatkozva, dicsérve jelentem meg ezeken az oldalakon. Volt, amikor elsőként, volt, amikor utolsóként, volt, hogy feliratkozva, vagy éppen csak manuálisan követve kísértem figyelemmel a blogokat. A pontos és részletes blog címlistát nem teszem közzé, annyit azonban elárulok, hogy a legtöbb blog a blog.hu-ról került ki, mivel ennek van a legnagyobb publicitása, de szép számmal akadtak blogter, blogspot blogok is. A wordpress motorral és egyéb ingyenes motorral hajtott egyéni blogokról már nem is beszélve.

Most, így néhány hónappal később elmondhatom, hogy olyan értékes ismeretanyagra tettem szert, amit sehol máshol nem láttam még viszont. Az eredményt most megosztom veletek, használjátok marketing-tevékenységeitek során minden nap, vagy éppen csak kampányaitokkor.

Első tény: A blog marketingeszköz!

Egy egész könyvet meg lehetne tölteni ezzel a témával, most azonban csak a lényeg foglalom össze röviden, hogy könnyebben feldolgozható legyen számotokra. A blog nem új keletű dolog, régóta mindennapjaink része. Valaki csak blogol oldala mellett, valakinek az oldala maga egy blog, több nagyobb portál pedig blogokkal építi a közösségét. Magánszemélyek, cégek, vállalatok, állami szervek is nemegyszer folyamodnak valamilyen (általában marketing) okból kifolyólag a blogíráshoz. A blog ma már egy nagyon hatékony közösségépítő, lojalitást és bizalmat növelő eszköz. Persze, mint sok minden más, ez is kétélű fegyver, hiszen egy újabb támadási felületet nyújt a konkurenciának, azoknak, akik irigyelnek Téged, vagy akik csak a népszerű és nagy látogatottságnak örvendő blogodon szeretnének némi PR-morzsát elhinteni.

Saját felmérésem is azt mutatja, hogy a blogokat elsősorban PR és reklám okokból írják, és információszerzés, valamint rejtett PR / reklám céljával látogatják többnyire. Ugye milyen érdekes? A

személyes blogokkal elindult a blogok világa, elkezdtek a cégek is használni, ma pedig már a blog maga a weboldal, sok esetben azon keresztül folyik a kommunikáció és a reklám túlnyomó hányada.

Mivel a blog azért van, hogy közösséget építsen és a hozzászólások révén lojalitást növeljen a honlap / cég számára (kvázi visszatérjenek a kommentelők megnézni, hogy válaszolt-e valaki az ő „bekiabálásukra”), logikus, hogy egy forgalmas, népszerű oldalon sok kommentelő megfordul. Mivel ők direktben jelentik a mi célközönségünket (pl. egy ipari kamerákkal foglalkozó blogon valószínűleg olyan embereket találunk, akiket érdekel a téma), érdemes elgondolkozni azon, hogy taktikusan, saját magunkat futtatva használjuk fel a legnépszerűbb blogokat és ingyen reklámot, PR-tevékenységet (public relations, közönségkapcsolatok) folytassunk ezeken az oldalakon. EZ KÉREM SZÉPEN AZ IGAZI GERILLA FELFOGÁS!

2. tény: Nem kell minden blogba kommentelned!

Sőt, kerüld is el! Komoly kutatás és megfigyelés alapján válaszd ki azt a 10-20 releváns blogot, ahova elkezdeshz kommentelni. 1-2 hónapig ne is változtass rajta. Ezután a látogatottsági adatok és a bejövő linkek (referred pages) alapján változtass azon, hogy mely blogokban vagy aktívan jelen. Mert ha valahol kommentelsz, akkor kommentelj állandóan. A marketing egyik kulcsa az állandóság, a kitartás, ezt már biztosan megtanultad.

Magas page rankkel rendelkező oldalakon, általában a Te tevékenységi körödbe illő szakmai blogokba kommentelj, hiszen itt is fontos a pozicionálás. Hiába vagy te szigetelési szakértő, ha cicus-kutyus blogba kommentelsz, senkit sem fogsz érdekelni. Lehetőleg olyan oldalakat, blogokat keress, amelyeknek nagy a forgalma – vagy azért, mert népszerű oldalak, vagy azért, mert magas látogatottságú anyaportállal meg támogatott blogról van szó (pl. blog.hu – index.hu). A bloggal csak nyerhetsz – ha betartod az alapszabályokat. Ismereteket, megítélésedet növelheted – abszolút jó PR- és imázsépítő eszköz. No, de ehhez a hozzászólásnak is olyannak kell lennie.

Figyelem! Ez a tanulmány ingyenes!
Ha tetszett, vagy úgy gondoltod,
érdekelheti ismerősödet, küldd tovább!

3. tény: Ha kitartó gerilla vagy, győzni fogsz!

Tartja a kutatás, hogy egy hagyományos reklámnál 9x kell találkoznia az olvasónak egy reklámmal, hogy megjegyezze és ezen felül is csak minden 3. ilyen találkozáskor fogja tüzetesebben megvizsgálni a hirdetést. Ha lehet hinni a kutatásnak, akkor legalább 27x kell, hogy hirdess (= kommentelj) ahhoz, hogy észrevegyenek. Persze ne csak a kommentek számára, hanem a minőségre is figyelj! Ha nem adsz értéket a közösségnek, akkor csak egy ócska spamgyáros maradsz mások szemében, és ugye ezt nem akarod?

Visszatérve a fent említett számokhoz, mi is hasonlót tapasztaltunk: ahhoz, hogy ismerősként köszöntsenek, legalább 10-15 egymást követő poszthoz kell kommentet írnod. Ez igaz olyan blogokra, ahol egy poszthoz 15-40 kommentet helyeznek el. Ha ennél forgalmasabb az oldal, akkor pedig alaphangon is összejön az az igény, hogy kitartó legyél, mert csak a 27-30. kommentednél fognak rád emlékezni.

A kutatásom alapján minősítettem is a blogokat. A kommentek számából nyilván lehet következtetni a látogatottságra is, de én inkább a blog aktivitását minősíteném, hiszen egy blogról – a marketinges szemszögéből nézve – ez a legfontosabb információ.

1. nagyon aktív blog: egy szerzői poszthoz >100 komment érkezik
2. közepesen aktív blog : egy szerzői poszthoz 40-50 komment érkezik
3. alacsonyán aktív vagy passzív blog : egy szerzői poszthoz <15 komment érkezik

Mondanom sem kell, hogy a Te célod a nagyon aktív blogok megtalálása. 10-20 ilyen blogot fogsz találni a Te piaci szegmensedben.

Tipp: mielőtt megállapítod a kiszemelt blog aktivitását, nézd meg az archívumát is!

4. tény: Árueld el a neved, és megtudják ki vagy!

3 hónapos tanulmányozásom során azt volt a legegyszerűbb megállapítani, hogy a név ma már csak olyan helyen jelent valamit, ahol regisztrációhoz vagy díjazáshoz kötött a blog használata. Az ingyenes blogmotrok által hajtott oldalakon (pl. wordpress, drupal és társai) bárki, bármilyen néven beírhat és el is fogadják. Tudom, mert próbáltam! Ha a szerkesztő nem figyeli az IP címeket, akkor még magaddal is elbeszélgethetsz. *(Skizofrének előnyben!)* Próbáltam egyszerű névvel, fiúval, lánnyal, oda nem illővel – minden működött, mindent elfogadtak. Mondhatni nem törődnek azzal, hogy ki szól hozzá, és milyen néven. Feleljen meg a moderációs szabályzatoknak, és rendben van.

Ennek ellenére én azt mondom, válassz egy sajátos, egyedi nevet, akár speciális karakterekkel fűszerezve, akár nehezen megjegyezhető, de ne feledd: egy blogban a nevedről fognak megismerni, ez lesz a Te névjegyed! Ez lesz a Te branded, amit a blogmarketing során menedzselni fogsz. Domain a név? Tudtam, hogy erre fáj a fogad! ☺

5. tény: Aki meg sem próbálja domain címét névként használni, az nem is gerilla!

Az örök kérdés! Talán ezen lepődtem meg a legjobban, hiszen a nagy blogoldalak mára már nem foglalkoznak azzal, hogy pl. internetvallalkozas.com legyen a posztoló neve. Régen tűzzel, vízzel irtották az ilyen usereket, mára azonban már rájöttek, hogy széllal szembeni harc, mert sokan abból üznek sportot, hogy valahogy beletegyék a nevükbe a domain címüket, ezáltal terjedjen a nevük: internetvallalkozasocom vagy internetvallalkozaspontcom-ra gondolok. Ha meg a végződéseket tiltják, akkor internetvallalkozas.h.u illetve számtalan egyéb variációval lehet próbálkozni. A lényeg a lényeg: a nagy portálok és a komoly bloggerek tudják, sok embert veszítenek el, ha ezt tiltják.

Akik már engedik, felismerték, hogy ezekből a látogatókból lojális, vissza-visszatérő látogató lesz, már csak azért is, hogy állandóan elhelyezze a maga kis PR-kommentjét. De ezzel nő a forgalom, nő a beszélgetés, és nagy esély van rá, hogy ez a PR-kommentelő később mást is hozzon az oldalra, vagy maga is vásárló legyen. Ergo ma már a legtöbb helyen nem tiltott a domain név használata a névben, esetenként a hozzászólásban, sőt WP és ismertebb blogmotrok esetén már el is kéri a honlapod címét, ami a neved alatt linkként jelenik meg. Kell ennél jobb SEO és ingyrenreklám?

Viszont nem mindenki gondolkodik így. A kisebb blogok, vagy konzervatív bloggerek még spamnek tekintik ezt, és még hadakoznak ellene. Többször is volt, hogy kitiltottak egy blogból. Megjegyzem utána ugyanúgy jelen voltam és posztoltam, csak más IP-vel és más néven ☺. Akkor már nem volt baj, mert nem volt bent a domain nevem. Tipikusan az az eset, hogy a feltörekvő oldal, blogtulajdonos félti a blogját más konkurens elől, és mindenkit tilt, blokkol, aki domain címmel posztol. Legalábbis olyannak, aki az ő tevékenységével hasonlóval van jelen. Majd idővel ők is rájönnek, hogy a hazai legnagyobb marketinges blog is csak azért olyan népszerű, mert 80%-ban az összes konkurens jelen van rajta, így emelve a forgalmat, a posztokat, a hangulatot és a minőséget is. Aki esetleg most magára ismer, ne aggódjon! Nem kell tartania attól, hogy álrühában fogom járni az ország blogjait. Ha ki is tiltottak néhány blogból, úgy érzem megérte, mert ehhez a tanulmányhoz valós alapanyagot gyűjthettem.

Amúgy a 101 blog közül összesen 2 oldalról tiltottak ki. Ajánlom, ha blogmarketingbe kezdesz, hogy próbálj ne első lenni és íj sokat a posztodba, hogy véletlenül se mondhasd, hogy csak linket terjesztasz. Az sem baj, ha mindig utolsó vagy. Bizonyítottan az egyik leglátogatottabb része egy blogoldalknak (de minden oldalknak) a fejléce és a lábléce. Külön trükk, hogy az utolsó válaszra nyomsz még egy választ. Vagy egy másik, ha gyors tudsz lenni és elsőnek kommentelsz. A látogató meg mit csinál? Végig görgeti az oldalt, az elejét és a végét megnézi, a formailag kirívó hozzászólásokat elolvassa és csak is ezek után kezdi el részletesen átnézni a hozzászólásokat. Gondolj csak bele, nem így van? Akinek van Google Analytics-ja és a Content Layer-t megnézi, látja, hogy az oldal tetején és alján vannak a legnagyobb átkattintások. Sokan a partnerek linkjeit alulra teszik, mert így kint is van, de nem veszi el a helyet, holott így adják a legtöbb átkattintást nekik. ☺

Figyelem! Ez a tanulmány ingyenes!
Ha tetszett, vagy úgy gondold,
érdekelheti ismerősödet, küldd tovább!

6. tény: A blogok közti átfedés nagyobb, mint gondolnád

Nemcsak onnan tudom, mert más bloggerek is panaszkodtak erre, tényleg így van. Tudni kell, hogy a legismertebb magyar blogok között (és ezt most még lebonthatjuk szakterületekre is) nagyon nagy az átfedés. Pl. ha a marketinget tekintjük, akkor van kb. egy 1.000 fős olyan mag, akik minden oldalon regisztrálva vannak, vagy legalábbis megfordulnak ott rendszeresen. Vagyis új embereket nem fogunk tudni elérni, ha mindig ugyanazokba a blogokba kommentelünk. Fontos az új technikákkal történő új piacok meghódítása, a gerillamarketing (azon belül is a vírusmarketing és az offline marketing egyéb ágai).

7. tény: Tudatos blogírással sikereket érhetsz el!

A tartalom, akkor jó, ha nem rövid és nem is hosszú. Legyen legalább pár értelmes mondat. Véleményem szerint sok típusú poszt létezik, de a leghatásosabb a szakértői, illetve a szellemes. Az első a makulátlan megoldást, választ adja az éppen adott témára, az utóbbi pedig viccesen, kicsit már ironikusan, de nem elrugaszkodva a humortól írja körbe a témát. Választ nem ad rá, inkább csak boncolgatja. Azt tapasztaltam, ezeket értékelik a többi kommentelők. S ha már az a célunk, hogy felhívjuk a figyelmet a nevünkre és a linkünkre, akkor ragaszkodjunk a már bevált módszerekhez.

Ha igazi gerillák akarunk lenni, akkor bizony minden egyes kommentünket meg kell tervezni. Mindig úgy kell véleményt nyilvánítani, hogy ne csak benne legyen a véleményünk, de picit piszkáljuk is fel az állóvizet. Hogyan? Egy-egy nyitott kérdés vagy sokakat foglalkoztató téma bedobásával. Minél nagyobb cirkuszt gerjesztessz, annál jobban fognak rád emlékezni. Na azért légy résen, ez a cirkusz ne Rólad szóljon...

8. tény: A moderátorok is emberek

A moderátorok vagy szerkesztők, vagy pedig honlaptulajdonosok. Előbbiek esetében a moderációs szabályzat a mérvadó, utóbbiakban pedig az, hogy ne köpjél a levesükbe. Lássuk be azért, ki fogja hagyni, hogy árts az üzletének? A blog jó dolog, meg szép dolog, de azért van, hogy a tulaját fényezze és egy plusz értékesítési, kommunikációs csatornát építsen. Persze vannak közösségi blogok, amit aztán nagy portálok (pl. Index) megoszt a címlapon, ott azért szabadabban lehet „garázdálkodni”.

9. tény: Néha nyalni kell!

Tudnod kell, hogy kik a moderátorok, kik jelentik a blog magját és kik a vendégek. Fontos, hogy valóságos, de sokszor látszólagos pártolást alakíts ki – ne aggódj, nem Te leszel, aki elkezd. Nem egyszer történt meg velem (ezt is teszteltem ugyanis), hogy néhány kommentelés után, egy másik személyiséget vettem fel és bár ugyanúgy próbáltam hozzászólni az adott témához, nem vettem komolyan vagy nem úgy viselkedtem velem, mint egy „rég”i blogtaggal. Ha ezeket a blogtagokat megtalálod, és akár blogon kívül is e-mailben összehaverkodsz vele, rendkívüli népszerűségnek fogsz örvendeni egy-egy blogon. Miért? Mert ha „cimbik” vagytok, akkor azon felül, hogy Jóska kommenteli a témát, a Te kommentedet is kommenteli, így aki Jóska kommentjét olvassa, a Tiedet is fogja. Nem beszélve arról, hogy felfigyelnek, hogy mennyien szeretnek Téged, Te biztos jó ember vagy. © Szóval spécizd ki ezeket a személyeket, ha nem is értesz egyet velük, mindig írd olyat, hogy szavaiddal őket is simogasd. Persze ha reklámcélú a hozzászólásod, tőlem vitázhatsz is mindegyikkel, vagy ami a szívemen, a számon jelmonddal képviselheted magadat, csak lehet, hogy nem fogsz sokat érni vele.

Természetesen nem akarlak ezekre a technikákra buzdítani, én csak felmértem, hogy mi működik igazán.

Figyelem! Ez a tanulmány ingyenes!
Ha tetszett, vagy úgy gondolod,
érdekelheti ismerősödet, küldd tovább!

10. tény: Te döntesz, hogyan élsz a lehetőségeiddel

Összességében, ami ajánlott:

- domain címet berakni névként vagy ahol lehetséges, a profilba (ami megjelenik a név mellett)
- nem elsőként blogolni, de az sem baj, ha utolsó vagy
- szakmai, komoly választ adni vagy már egy humorista író megcségyenítő stílusban kommentelni
- ha téged kritizálnak, csak végső esetben reagáld le. Ha vitát kezdenek és válaszolsz rá, véged van, mert többen csatlakoznak
- minden blogbejegyzéshez írd (véletlen reakcióidővel), mindig legyél jelen
- használd a blogportálok top-listás és publikus blogjait, azokat sokan látogatják
- használd a nagy hírportálok blogjait, ugyanis a népszerű blogok megjelennek a főoldalon, még több esélyt adva, hogy Rád találjanak
- ahonnan kitiltottak, oda ne menj vissza... Egy darabig :D

Amit ne tegyél:

- semmitmondó kommentekkel gazdagítani a blogot, mert letiltanak
- a hozzászólás szövegébe reklámot helyezni, mert letiltanak
- ha kis oldal, kis blogjáról van szó vagy nagyon lojális kommentezőket látsz az oldalon, akkor vigyázz, ha nem pozitívat írsz, ellenszenvet váltasz ki, mert megsértetted az ő sztárjukat
- posztoló weboldalakat partnerként megkeresni elég veszélyes, csak akkor tedd, ha biztos vagy a sikeredben, általában épp azok nem fognak kötélnek állni (hanem egyből futnak a blogtulajhoz), akik a legtöbbet kommentelnek és mindig dicsérik a blogot

+1 kijelentés: Tippek, trükkök... Ezek visznek igazán előre

Aki olvasta a könyvem, tudja, hogy csak az jelent számomra értéket, ami a gyakorlatban is működik, és amihez léteznek tippek, trükkök – hiszen csak így lehet másnak lenni. Szokásos, átlagos, és szürke pedig ki akar lenni? A blog is ilyen. Van pár olyan kis finomság, amivel fel tudod magadra hívni a többi kommentelő figyelmét:

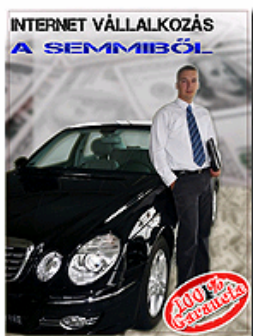
1. néha szólj be a blogtulajdonosnak
2. néha szólj be másnak
3. ha igazat adsz valakinek, kövesse egy „de”
4. figyeld meg, hogy mi borítja ki a többieket, őrizd meg titkos fegyvered, ha kell, dobd be!
5. ossz meg nagyon hasznos linkeket a többiekkel – hálások lesznek érte

Végszó

A tanulmányom során sok mindent tapasztaltam, ami hasznomra fog válni egyszer, ha majd előadást tartok vagy könyvet írok hasonló témában. Mindenképpen azt akartam, hogy először egy tanulmány készüljön belőle, és sok emberhez eljutassam ezt a művet, amelyre szintén igaz, ami a könyvemre vagy az egész internetvallalkozas.com-ra igaz: több hónapos, kipróbált, megtapasztalt, átélt és megfigyelt tények leírása, hogy a lehető legreálisabban tanulmányozzunk egy olyan marketingkérdést, amiről mások csak szónokolnak.

Lapozz még egyet!

MÁR KAPHATÓ - Marketingeseknek, vállalkozóknak, magánszemélyeknek



Internet vállalkozás a semmiből

Egy hiteles könyv az online jövedelemszerzési lehetőségekről.

- ✓ 10 év tapasztalat, hitelesség, 100% garancia
- ✓ kipróbált, sikeresen működő eszköztár
- ✓ valós, pénztermelő Internetes lehetőségek
- ✓ tények - titkok - megoldások röviden
- ✓ félrebeszélés nélkül, saját valós példákkal
- ✓ Verhetetlen ár-érték arány

Ára: 3.000 Ft

Megrendelhető a www.internetvallalkozas.com oldalon.