

איך לכתוב מאמר בבלוג שיביא לכם לקוחות?

באמצעות ניהול בלוג (יומן רשת) מקצועי או כתיבה בפורומים, ניתן להיחשף למתעניינים רלוונטיים כדי להתחיל אתם מערכת של קשרי גומלין עד להפיכתם ללקוחות. עליכם להיות מעניינים, מועילים וחינוכיים כדי שכמה שיותר אנשים יתחברו אליכם. גישה טובה לכתיבה שתורמת היא כאשר מטרתה **ללמד משהו** את קהל היעד שלכם. אתם יודעים על התעשייה שלכם טוב יותר מכולם אז לפיכך חשבו **מה אתם יכולים ללמד את הלקוחות הפוטנציאליים שלכם?**

- בסיום הכתיבה שאלו את עצמכם את **השאלות הבאות** כדי לראות אם עשיתם עבודה טובה:
1. האם התוכן מקצועי, חשוב, מעניין, עכשווי, רלוונטי ואיכותי, שנותן מענה לתועלת האישית של קהל היעד ומספיק חשוב כדי שאנשים יקראו אותו וישתפו אותו עם חברים?
 2. האם התמקדנו בכתיבה על חלק אחד בלבד מעולם הידע שלי כדי להקל על הקריאה וכדי לאפשר לנו לכתוב סדרה של פרסומים בנושא זה?
 3. האם הכתיבה עושה שימוש מועט במונחים מקצועיים (ז'רגון מקצועי)?
 4. האם מה שנכתב מספר סיפור (סיפור מוכר היטב)?

מרכיבי המאמר בבלוג (מבוסס על מאמר של עידית נאמן)

תכנון

קהל היעד

מיהו קהל היעד אליו מכוון המסר וכיצד המסר נותן מענה על השאלה – מה יש פה בשבילי?
What in it for me - WIIFM (תועלת אישית)

נסו גם אתם:

תכנון המסר

מה ברצונכם לומר בפוסט שלכם. מומלץ לחלוק מהידע שלנו במנות קטנות, כדי שיהיה ניתן להכיל ולעכל בקלות.

נסו גם אתם:

ליבת המסר

מה ברצונכם לומר בפוסט שלכם, כדי שהקוראים יבינו מה אנחנו אומרים. על מה אנחנו רוצים לדבר ומהו **המסר האחד והחשוב** מכל שברצוננו להעביר. עלינו להגדיר את **ליבת המסר** במשפט אחד ולאחר מכן לעבות אותו.

נסו גם אתם:

ביצוע

גוף המאמר

המקום שבו אנחנו חולקים עם הקוראים את המסר שלנו. נכתוב משפט אחד כללי הלקוח מליבת המסר ונעבה אותו לקטע בין שנים או שלושה משפטים. נבחן אם יש צורך לעבות אותו יותר.

נסו גם אתם:

תכנון הפתיח

למה מה שכתבנו בגוף המאמר חשוב לקוראים? מה יוצא להם מהמידע הזה? הפתיח משמש כעוגן המושך את הקוראים פנימה, אל תוך הטקסט.

נסו גם אתם:

תכנון המשפט הראשון

עליו להיות עוצמתי מספיק כדי לגרום לאנשים לעצור ולהפנות אליו את תשומת לבם. עליו להיות מושך מספיק כדי לגרום לאנשים לרצות עוד על הנושא ולהמשיך ולקרוא הלאה.

נסו גם אתם:

תכנון הקטע המסכם

סוף לסיפור. מסקנה, תובנה, שורה תחתונה. מסר שיסכם עבור הקורא את התועלות שהוא קיבל מהמאמר שלכם. עליך לשאול את השאלה "So What" ולכתוב את התשובה, כדי לייצר את מחיאות הכפיים.

נסו גם אתם:

תכנון הכותרת

מוצע לזרוק על הנייר מספר מילים מהרפרטואר המילולי שעלה תוך כדי תכנון המאמר. אלו צריכות להיות מילים המשקפות את עולם התוכן של הפוסט שלכם (ראו דף עבודה לכתיבת כותרת שיווקית מוצלחת).

נסו גם אתם:

נקודות חשובות

- עסקים שמפרסמים באופן שוטף בבלוג זוכים ל- 55% יותר תנועה ברשת ו- 70% יותר "לידים" (פניות) (HubSpot.com).
- בלוגים הינם אהובים על ידי מנועי חיפוש ומשמשים כפיתיון לאנשים המחפשים מוצר או שירות.
- הבלוג ממצב אתכם כמומחים בתחום.
- הוסיפו תמונה שתמשוך את תשומת הלב של המבקרים, כך שירצו לקרוא את המאמר. ניתן לתת שם לתמונה עם מילות המפתח שלכם.
- ככל שיהיה לכם "שטח לבן" יותר גדול בבלוג, כך יהיה לחלק מהקוראים קל יותר לקרוא. יש מס' דרכים לעשות כך:
 - שימוש בכותרות משנה כדי לעשות הפרדה בין נושאים.
 - ליצור רשימה ממוספרת הנקודות אותם אתם מעלה.
 - שימוש בתבליטים כדי להראות שלבים.
- הדגישו טקסט חשוב או מרתק מקל על הקוראים להבין במהירות על מה הפוסט ולענות בזריזות על השאלה "מה יש בו עבורי?". כמו כן מנועי החיפוש מחשיבים יותר טקסטים המודגשים בהדגשה.
- השתמשו בתגיות זה מקל את הניווט על ידי הקוראים.