

Dopsali jste právě blogový příspěvek?

- ✓ Je text **strukturovaný a graficky členitý**? Obsahuje nadpisy, průběžné vytučnění, odstavce? Hlavní nadpis (h1) by měl být pouze jeden, podnadpisů (h2, h3...) může být víc.
- ✓ Splňuje základní **SEO požadavky**? Upravili jste metapopisky? Tedy popisky, které se zobrazí ve vyhledávači pod vaším článkem? Tuto funkci najdete v SEO sekci vašeho redakčního systému.
- ✓ Nejsou **vaše věty nebo odstavce příliš dlouhé**? Vyhledavače to totiž nemají příliš v lásce.
- ✓ Vložili jste do článku **odkazy na dva tři starší články**? Stejně tak je dobré použít plugin k automatickému zobrazování souvisejících článků.
- ✓ Jsou odkazy na jiné články a prodejní odkazy na vaše služby a produkty **funkční**? Jsou affiliate odkazy **správně uvedené**?
- ✓ Nemáte v článku **pravopisnou chybu**? I mistr tesař se utne. Čím víc budete psát, tím víc potřebujete druhé oči. Pokud stejně jako já píšete o jazycích, lidé jsou na chyby zvlášť citliví.
- ✓ Motivujete čtenáře k reakci, ať už v komenářích nebo výzvou, aby vám napsali **svoji zkušenost**?
- ✓ Zobrazuje se **náhledová fotografie** tak, jak má? A to i na sociálních sítích? A zobrazuje se správně jak na počítači, tak na mobilu?
- ✓ To všechno máte? **Šup s ním na sítě!** Požádejte kolegy a kamarády o sdílení.
- ✓ A samozřejmě taky šup s ním **do newsletteru**.
- ✓ K publikování **na všech sociálních sítích najednou** můžete využít nástroje typu [Hootsuite](#).
- ✓ Příspěvek zabodoval na sociálních sítích? U úspěšných příspěvků lze využít **placenou propagaci**. Je to trochu paradox, ale rozhodně se vyplatí propagovat na sítích příspěvky úspěšný a ne ty neúspěšné.

Příspěvek nezabodoval a vy máte pocit, že přece zas tak špatný není?

- ✓ Zkuste **vyměnit nadpis za šmrncovnější** (obecně bodují čísla v nadpise, nadpisy typu Jak na/ Jak se stát... a cokoliv, co slibuje senzaci, typu *Jdou po mně!*)
- ✓ Zkuste úplně **škrnout první odstavec**. Máme tendenci psát úvod jako ve škole, takže zdlouhavě. Ale čtenář není hloupý, zvládne, když ho rovnou hodíme do vody.
- ✓ Pokud jde o neúspěch na sítích, zkuste **vyměnit náhledovou fotografií**. Například na Facebooku se nejlépe zobrazují fotky naležato, o hraně alespoň 1200 px, jinak může dojít k esteticky nepříjemných ořezům.
- ✓ A předělat post, resp. doprovodný text. Místo obecného povídání vyberte z článku nějaký **fun fact nebo něco trochu kontroverzního, provokativního** a CTRL C na sítě.
- ✓ Takto upravený příspěvek zkuste příspěvek **prohnat sítěmi znovu, ale v jiný čas**. (Aktuální algoritmus funguje tak, že příspěvek otestuje na malém vzorku uživatelů během prvních minut. Pokud se „nechytí“, většinou už nezaboduje a propadne se do dějin Facebooku).
- ✓ V neposlední řadě je ale dobré **definovat si, co znamená zabodovat/nezabodovat**. Pro někoho je úspěšný příspěvek ten, který získal velkou odezvu na sociálních sítích. Někdo měří návštěvnost v Google Analytics. A někdo jde jenom po konverzi nebo reakcích na call-to-action obsažených v článku. Je normální, že se ve vás bude prát bloger, kterému jde většinou hlavně o návštěvnost, a podnikatel, kterému jde o konverzi.

Není o čem psát?

- ✓ Nejlepší je prevence. Naučte se ukládat si **průběžně nápady do konceptů** přímo v redakčním systému (i kdyby to byl jen citát, který rozvedete později, příhoda z výuky nebo cvičení, které jste vytvořili do hodiny). Je úplně v pořádku, že blogový příspěvek kvasí několik týdnů. Něco prostě napíšeme hned a něco na etapy.
- ✓ Mějte oči na štipkách v práci, ať už jde o vtipné příhody nebo **závažnější témata vaší profese**. Čtenář se nechce jen bavit, ale i něco se dozvědět. A storytelling je ta nejlepší forma, lidé milují příběh. Ať už vám nezaplatal klient nebo jste měli kontrolu z živnostenského úřadu, všechno se dá citlivě a s nadhledem zpracovat.
- ✓ To samé platí pro **výuku samotnou**. Na co se studenti často ptají? Jaké jsou časté chyby? Čemu jste se dnes při hodině zasmáli? A to právě dnes? Právě před tím, než jste sedli k počítači psát blogový příspěvek?
- ✓ S širší čtenářskou základnou skvěle fungují **výzvy v reálném čase**. Chcete otestovat novou aplikaci? Vyzvěte čtenáře, aby šli do toho s vámi.
- ✓ Ne každý blogový příspěvek musí být pokrývat konkrétní téma, můžete publikovat různé **pomůcky**, které studentům a kolegům usnadní práci. Třeba soubor cvičení s komentářem.
- ✓ Ale také checklisty, návody, pracovní listy, ideálně **připravené rovnou k vytištění a použití**.
- ✓ Vaši fanoušci si také rádi přečtou **příběhy vašich klientů** a jejich tipy, zkušenosti. Koneckonců z obsáhlé reference lze s pomocí několika fotografií udělat blogový příspěvek jedna báseň.