



10 MOTIVE PENTRU CARE SĂ-ȚI FACI UN BLOG

PERSONAL
DE BRAND PERSONAL
SAU DE COMPANIE



Acest material este protejat de legea drepturilor de autor. Distribuția lui este strict interzisă. Reproducerea parțială sau integrală, sub orice formă, este posibilă doar cu acordul scris al autorului.



Sunt suficient de bun ca să scriu?

Am nevoie de studii jurnalistice
ca să scriu bine?

Despre ce să scriu prima oară?

Și până la urmă de ce mi-aș face
un blog?

Îți pui și tu una din aceste
întrebări? Te înțeleg și sunt aici
să îți aduc claritate.

Ei bine, ca să scrii public este suficient să ai un motiv, să acoperi o nevoie în piață și să apari la întâlnirea cu cititorii tăi. Apoi să exersezi scrisul zilnic, să citești mult și să ții cont de regulile SEO. Și îți zic din experiența mea că m-am luptat ani de zile să renunț la limbajul jurnalistic. Blogging-ul nu are neapărat legătură cu scrisul, ci mai degrabă, cu împărtășirea unor informații de folos pentru audiența ta. Scrisul se învață și se exersează.

CE ÎNSEAMNĂ SĂ AI UN BLOG?



Blogging-ul are legătură cu curajul de a te expune și cu asumarea că nu tuturor o să le placă ce scrii. Și asta e ok pentru că întotdeauna, în viață, vor exista 3 tipuri de categorii de oameni:

- 1.Cei care te plac indiferent ce faci
- 2.Cei care nu te plac orice-ai face
- 3.Cei cărora le ești indiferent

Să ai un blog înseamnă să vii pe scenă și când ai chef și când nu ai chef pentru că ți-ai asumat asta când ai pus primul articol online. Și de când ai dat prima oară *publish*, e nevoie să renunți la control pentru că articolul tău aparține publicului. Iar aici se pot întâmpla cele 3 scenarii de mai sus: unora le va fi folositor materialul tău, altora nu, iar alții vor fi indiferenți și tu nu ai cum să controlezi ce cred oamenii nici despre articolul tău, nici despre tine.

Informațiile tale pot să schimbe viața cuiva



Este nevoie e să fii asumat cu cine ești tu și cu ce vrei să transmiți, să fii convins că mesajele tale trebuie să ajungă la oamenii care au nevoie de ele, iar tu ai responsabilitatea să apari la întâlnirea cu cei pentru care informațiile tale le influențează viața în. Dacă simți că vocea ta nu se aude, fie nu ai curaj să-ți asumi ce scrii și ai nevoie să mai crești în interiorul tău sau nu ai ceva concret de transmis, ceva în care să crezi și care să te țină treaz toată noaptea, ceva despre care ceilalți să creadă că e o nebunie.

Aș spune că blogging-ul este despre autocunoaștere și auto-responsabilizare.

1

Ai ceva de transmis lumii

Ai ceva de transmis lumii și vrei să ajungi la oamenii la care nu poți să o faci altfel decât printr-o platformă online. În plus, îți place să scrii și să influențezi în bine comunitățile sau poate chiar îți propui să schimbi mentalități, să arăți o altă perspectivă asupra lucrurilor.

Sau e posibil să te afli într-un moment când viața ta s-a schimbat: ai devenit părinte, ți-ai schimbat locul de muncă, te-ai recalificat profesional pe o altă nișă sau poate faci trecerea de la angajat la freelancer sau antreprenor.

Așadar, ai ceva de spus și nu poți să ții doar pentru tine. Dacă te ții de treabă, e posibil ca la un moment dat să și câștigi bani cu blogul tău.

2

Începi să fii mai coerent când scrii atât pe blog, dar și în social media sau pe mail.

Îți structurezi gândurile după schema de scris și discursurile tale vor avea început, cuprins și încheiere.

Nu e nevoie să ai studii de Jurnalism, îți spun din experiența mea că asta ar putea chiar să te încurce mai rău. Tot ce trebuie să faci este să scrii așa cum vorbești, ca și cum i-ai povesti unui prieten și totul devine mai ușor pe măsură ce exersezi.



3

Ai toate șansele să devii un lider sau un influencer, dar nu e nevoie să o faci din ego, ci din convingerea că poți să influențezi viețile cititorilor în bine. Poți să-ți faci vocea auzită dacă ai un mesaj important pe care vrei să-l transmiți lumii.



4

Creezi ceva prin care îi ajuți pe oameni la scară largă cum nu ai fi putut să o faci dacă nu ai fi scris public, iar mesajele și comentariile cititorilor vin ca argument pentru performanța ta.



5

Îți înfrunți temerile. Pentru mine, blogul a fost prima formă prin care am ieșit singură pe scenă și mi-am asumat că pot să fiu performantă și fără să fac echipă cu cineva.

6

Poți să devii un antreprenor online și să-ți dezvolti multe abilități

Înveți să scrii, să te promovezi, să creezi un site, să faci marketing, SEO, să manageriezi pagina de Facebook, să faci video, să-ți dezvolti capacitatea de argumentare. Astfel îți devii mai performant pe măsură ce exersezi aceste abilități, iar când ai o voce, un mesaj și trafic pe blog, brandurile din nișa ta îți vor propune colaborări plătite, adică să scrii advertoriale (review-uri) pentru produsele și serviciile lor pe blogul tău.

Ca să transformi blogul într-un canal de făcut bani trebuie să ai:

- un obiectiv
- un plan de implementare
- o formă de monetizare

Începe cu rezultatul pe care vrei să-l obții: Ce faci, pentru cine faci și de ce faci? Gândește blogul ca pe un business și ca o piesă de funnel.

În plus, odată ce devii performant în acest domeniu, poți să scrii postări de social media pentru alte branduri sau antreprenori, ori poți să scrii chiar content pentru blogurile lor. Poți să devii creator de conținut.

Blogul ca instrument de marketing

Poate ai început un business online în pandemie și, pe lângă secțiunea de prezentare de produse sau servicii, ai nevoie de un blog ca să spui acolo povestea ta, valorile, motivația. Dacă faci SEO ca la carte, blogul îți aduce clienți. Poți să folosești blogul ca instrument de marketing și studiile arată că peste 80% din companii o fac.

Blogul este un canal de auto promovare, unde poți să scrii mai detaliat decât pe rețelele de socializare, care sunt valorile tale, în ce crezi, cu ce poți să ajuți, ce vrei să aduci nou sau să schimbi în nișa ta și cu ce scop. Dacă ai un business sau scrii pentru blogul unei companii, poți să dezvălui în acel spațiu povești de succes despre servicii, produse, angajați, poți să traduci în termeni ușor de înțeles cultura organizațională, să scrii despre idei, strategii, produse noi. În plus, alte site-uri te pot recomanda cu link către blogul tău, ceea ce înseamnă mai mulți vizitatori și potențiali clienți.

85%

dintre business-urile B2C și 91% dintre cele B2B
folosesc blogul ca instrument de marketing

conform Growth Badger

8

Blog de brand personal

Dacă vrei să-ți dezvolti brandul personal, blogul te ajută să comunici care sunt valorile tale, motivul pentru care ai ales să faci ce faci, hobby-urile tale, cum arată viața ta și cum ai ajuns să practici meseria ta.

Dacă ești trainer sau coach, ai nevoie de un spațiu online în care să te prezinți lumii și să explici cât mai clar care sunt produsele și serviciile tale. Ai nevoie de partea de blog pe site-ul tău de prezentare ca să ai conținut valoros, evergreen și share-uibil pe rețelele de socializare.

De ce nu e suficient să ai un cont de business pe Facebook sau Instagram? Îți zic în alt ebook.

9

Poți să începi un blog cu buget redus

Poate te întrebi cât costă să-ți faci un blog. Poți să începi să scrii pe o platformă free: Blogger, Wix sau Squarespace.

Dacă ești dispus să investești o sumă de bani, ai nevoie de hosting, iar aici prețurile sunt între 50 și 300 de lei pe an, un domeniu, adică www.nume.ro și o platformă de blogging (Wordpress). Poți să cumperi teme de pe Themeforest pentru 80-450 lei și să le instalezi pe Wordpress. Poți să lucrezi cu un programator să îți seteze toate detaliile tehnice și aici prețurile variază între 1000 și 3500 lei, dar poți să le faci și singur dacă ai răbdare și determinare.

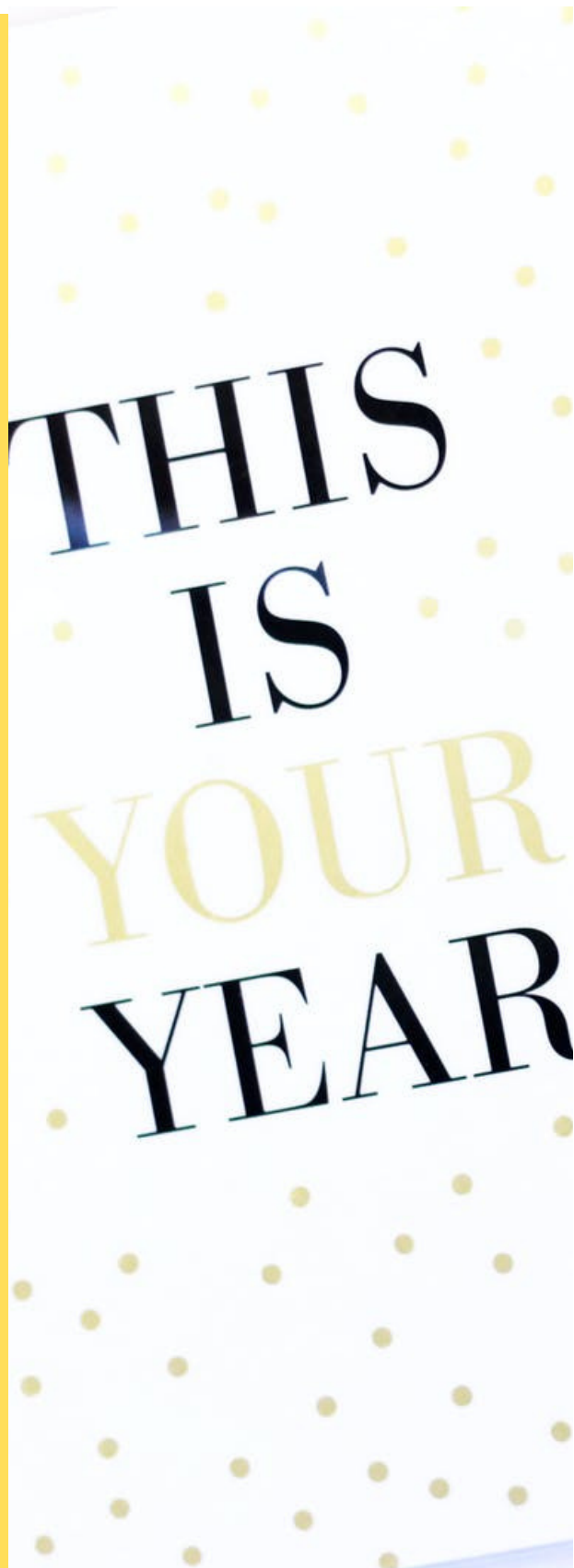


Experiențe

Poți să ai parte de oportunități la care nu ai visat vreodată: experiențe în boot camp-uri pentru bloggeri, conferințe de blogging și social media la care întâlnești și alți bloggeri, dar și branduri, speakeri internaționali, traineri. Poți să ai campanii pentru branduri pe care le admiri, să mergi în călătorii, să experimentezi lucruri noi.

Ca blogger, am fost în vizită la fabrici de produse lactate și de cosmetice, am participat la ritualuri de feminitate, am descoperit și am practicat metoda WimHof, am fost invitată ca blogger reprezentativ pe nișa de parenting, la întâlnirea bloggerilor din întreaga lume, la Paris, am gătit pentru un azil de bătrâni, am înotat la Swimathon pentru copiii năsuți prematur, am alergat pe bandă ca să strângem fonduri pentru Salvați Copiii, am făcut bradul presei cu copiii din Rahova pentru Festivalul Brazilor de Crăciun, am strâns bani și am trimis copii la operații în Viena și America.

I-am întâlnit și am vorbit cu Aletha Solter, Michael Thomson, Alfie Kohn, Daniel Siegel, Esther Perel. Sunt doar câteva dintre experiențele care m-au crescut ca blogger.



Bonus

Poți să-ți documentezi viața

Am început să scriu pe blogul Mămica Urbană, în februarie 2012, când Măriuca avea 7 luni și eram în concediu de maternitate.

De atunci am creat o comunitate de 550 de bloggeri părinți, cursuri de blogging, o agenție de comunicare, între timp s-a născut și Julie și am întâlnit trainerii și specialiștii minunați în parenting și în business.

Am fost în programe de formare ca trainer, ca scriitor și în programe de autocunoaștere: theta healing, gestalt, constelații familiale, ritualuri, meditații și dacă nu aș fi avut blogul probabil că toate acele emoții s-ar fi pierdut. Astea și cele de la punctul 9.

Te-am convins să-ți faci
un blog?

Dă-mi de veste!



CHANGE STRATEGIST
*Nicolescu
Ana*

www.ananicolescu.ro

hello@ananicolescu.ro

