

Семь советов от Stonyfield Farm по ведению блогов¹⁵

1. Пишите на актуальные темы и с чувством юмора. Проявляйте свои личные качества, выражайте свое мнение и не заставляйте аудиторию скучать. Вызывайте доверие: читатели не позволят водить себя за нос.
2. Не создавайте блог только потому, что блоггингом занимаются остальные. Блог — прекрасное средство поделиться мыслями с окружающими. Но не считайте его очередной площадкой для навязчивой саморекламы или размещения пресс-релизов, иначе читатели быстро в нем разочаруются.
3. Постоянно обновляйте блог. Это обязательное требование.
4. Не допускайте появления спама. Это должно стать решающим фактором при выборе программы или приложения для создания и ведения блогов.
5. Пусть посетители блога получат возможность не только прочитать ваши увлекательные рассказы, но и что-то сделать: распечатать купон, подписаться на новостную рассылку, оставить комментарий, высказать свое мнение или загрузить статью на актуальную тему.
6. Помните: люди откликнутся на ваше предложение размещать комментарии. Будьте к этому готовы. Культура блоггинга не всегда подразумевает вежливость, но побуждает к честности.
7. Подумайте о «генеральной репетиции». Прежде чем открывать блог для всеобщего пользования, поэкспериментируйте с пробными постами.

Краткое изложение главы и план действий по блогам

1. Главное в блоге — контент. Бизнес-блог вашей организации должен быть интересным, выдержанным в разговорном стиле, передавать внутреннюю атмосферу организации, помогать вам в построении отношений с ключевыми аудиториями и привлекать внимание систем поиска по блогам.
2. Для успешного бизнес-блога, в отличие от нацеленной на результат корпоративной веб-страницы, характерна полная (!) честность.
3. Блоги, которые ведутся с целью повышения продаж и из соображений маркетинга, обречены на провал, насмешки, а возможно, атаки со стороны жителей блогосферы. В блогосфере ненавидят обманщиков!
4. Блоги дают читателям возможность высказаться, а организациям — сразу же учесть в своей работе мнения потребителей.
5. Чтобы свести к минимуму связанные с блогами риски, поручите юристу, PR-специалисту, ведущему блоггеру или другому ответственному сотруднику просматривать, редактировать и при необходимости удалять читательские комментарии до размещения в блоге.