

# Как общаться с блоггерами

## Blogger relations (почти манифест)

**Метки:** как общаться с блоггерами

Наверное, вы уже поняли, что неправильно оставлять блоггеров за бортом ваших маркетинговых мероприятий. Но как включить эту когорту разнокалиберных личностей в маркетинговые коммуникации?

Информация дешевет, а стоимость управления ею растет. Главное в управлении информацией на форумах и в блогах — методичная и планомерная работа. Нельзя с наскока завоевать признание: нужно заслужить доверие в каждом сообществе, которое представляет для вас интерес, либо заручиться поддержкой уважаемых сетевых деятелей. Но они потому и являются уважаемыми, что не продаются. Станешь ангажированным — утратишь доверие, а значит, и часть читателей. Блоггеров нужно привлекать не только и не столько деньгами. Сделайте их своими союзниками, пусть они хоть косвенно, но участвуют в ваших бизнес-процессах.

Это blogger relations, или «связи между людьми». Чувствуете, как от предлога меняется суть термина? BR — это совсем не PR! Изучите принципы общения между блоггерами. Уделите этому время, и тогда общение будет взаимовыгодным, а результат — поразительным.

Итак, советы.

1. Читайте блог, прежде чем обратиться к его автору. Постарайтесь понять, почему блог нравится читателям. Постарайтесь понять мотивацию автора.
2. Выбирайте только тех блоггеров, которые пишут по вашей теме (разбираются в отрасли). Проведите настоящее расследование и найдите тех, кто нужен вам и кто будет рад вам помочь.
3. Комментируйте записи в дневнике или иным образом налаживайте отношения с блоггером, до того как предложить ему свою информацию. Создание доверительных отношений требует времени и заботы.
4. Если вы оставили комментарий со ссылкой на ваш собственный блог, заранее заполните свой профиль достоверной личной информацией: так вам будут доверять больше, чем если вы останетесь анонимом или будете скрываться под никнеймом.
5. Начиная общение с блоггером, не скрывайте, на кого вы работаете и чего вы хотите достичь. Честность при знакомстве позволит как минимум не получить негативный отзыв.
6. Блоггеры пишут только о том, что им интересно и что нравится их читателям. Поэтому делитесь с автором информацией, которая будет любопытна аудитории блога.
7. Не ввязывайтесь в конфликты, если, конечно, вам не нужен конфликт.
8. Сообщайте точную информацию о компании, избегайте «рекламных» текстов. Факты о компании не так сложно проверить, а прилагательные в превосходной

степени и фразы типа «Лучшая компания, десять лет на рынке» не интересны никому, кроме вас. Блоггерам — точно не интересны. (См. также главу «Язык читателей» в разделе «Академия блогословия».)

9. Берегитесь спама, не рассылайте всем блоггерам одно и то же письмо, которого они не ждали. Это не относится к вирусным сообщениям, которые сложно персонализировать.
10. Если в ответ на вашу рассылку кто-то написал, что больше не желает получать такие письма, удалите его из списка рассылки: не нужно испытывать терпение блоггера.
11. Не злоупотребляйте расположением блоггера. Во-первых, не бывает универсальной репутации, и если ваше сообщение о новых услугах было хорошо воспринято читателями, это не значит, что в том же блоге нужно размещать финансовые результаты компании. Во-вторых, не пользуйтесь слишком часто одним и тем же блогом для распространения своей информации.
12. Не ограничивайтесь готовым пресс-релизом. Предоставьте блоггерам доступ к широкому кругу внутренней информации: графикам, фотографиям, цифрам и ссылкам на видео- и аудиофайлы, блоги сотрудников компании. В крайнем случае, если у вас уже есть пресс-релиз, дайте ссылку и на него наряду с другими источниками.
13. Как и многие журналисты, некоторые блоггеры любят первыми публиковать интересные сведения и падки на эксклюзив. Не отказывайте им в удовольствии.

14. Приглашайте блоггеров на конференции, экскурсии по офису, встречи с руководителями компании.
15. Уважайте авторов. Если вам захотелось перепечатать информацию из блога, спросите разрешения и поставьте ссылку на первоисточник.
16. Иногда стоит дать возможность блоггерам самим отыскать сведения о вас. Пусть блоггер сам приложит усилия для получения сведений о деятельности крупной известной компании. Если для того, чтобы добыть информацию, нужно преодолеть некоторое сопротивление, ее ценность в глазах блоггера повышается.
17. Иногда PR-специалист не лучшая персона для взаимодействия с блоггером. Автору специализированного блога проще общаться с профильным специалистом, а не с «переводчиком». Технарх скорее найдет общий язык с другим техническим специалистом, чем с продавцом или маркетологом. Всем сотрудникам, общающимся в блогах, необходимо понять, что они выходят на прямой контакт с потребителем и от их слов зависит восприятие компании и торговой марки на рынке. Найдите таких людей у себя в компании и дайте им пообщаться с блоггерами напрямую.

### **Комментарии**

**Ольга Семенча** пишет:

Многие из этих правил касаются и отношений между блоггерами. Спасибо за статью. Действительно полезно.

По поводу «уважать автора и ставить ссылку на него» где-то читала, что после того, как вступит в силу четвертая часть Гражданского кодекса, надо будет не только ставить ссылку на автора-блоггера, но и указывать: «Размещено с согласия автора». А иначе придется платить штраф за каждое незаконное перепечатывание. Нормальные штрафы, кстати. Правда, наверно, нашей стране еще о-о-о-очень далеко до этого...

**Feelov** пишет:

Хорошая заметка! Можно только добавить правило из реальной жизни: относитесь к людям, как хотели бы, чтобы относились к вам...

**Инна Алексеева** пишет:

Правила работают и при общении со СМИ. Я бы еще добавила о вежливости. Может, я одна такая «нежная», но мне не нравится, когда незнакомые пиарщики высылают мне спам со словами: «Привет от коллеги!»

**Форекс Треjder** пишет:

Да, спам — это главное, что ненавидят блоггеры :) Порой приходится по столько каждый день из комментариев вычищать — аж жутко становится.

Тема

Записать  
мысль

## Как сделать первый шаг?

**Метки: внимание, доверие, как общаться с блоггерами**

Когда я писал эту главу, то получил письмо от Анны Рокиной: она нашла опечатку на Blogbook.ru и заодно поведала о своем блоге Blog.netmind.ru. Получилось очень контекстно, как раз на тему того, как ненавязчиво привлечь к себе внимание. Зачем ведут блоги? Люди самовыражаются, показывают свои таланты и ищут новых знакомых (подробнее о мотивах читайте в разделе «Жизнь с блогом», глава «Мотивация блоггеров и читателей»). Писать в стол скучно: каждому нужен слушатель, почитатель, друг.

Подумайте: это желание обуревают сотни тысяч блоггеров. Так пусть они почувствуют ваш интерес к ним, начните общение первым. Хотите похвалить — сделайте это публично, в том числе в своем блоге. Хотите сообщить о недочетах — лучше напишите личное письмо автору.

Не стесняйтесь просить помощи у других блоггеров или спрашивать их мнение: они обязательно откликнутся, если вы и впрямь нуждаетесь в их содействии.

Ссылайтесь на другие блоги, занесите наиболее интересные вам в список своих фаворитов (без просьб о взаимности!). За добрые дела не ждут благодарности, но добро возвращается добром.

Тема

Записать  
мысль