



## КОНТЕНТ-МАРКЕТИНГ

### КАК ПРОДВИГАТЬ СЛОЖНЫЕ ПРОДУКТЫ?

103 совета для тех, кто хочет учить своих клиентов

# СОДЕРЖАНИЕ

1.	Введение	3
2.	От автора	3
3.	50 советов для ведения бизнеса в интернете	5
4.	25 фишек для блога	15
5.	10 источников для изучения контент-маркетинга	18
6.	5 советов по поиску идей для контента	20
7.	6 жанров контент-маркетинга для старта	22
8.	7 измеримых показателей контент-маркетинга	24
9.	Ждите в скором времени электронные издания	26
10.	Получите все самое необходимое	27
11.	Полезные статьи на моем блоге	28
12.	Время прощания, или последняя страница	29

# ВВЕДЕНИЕ

Уверен — Вы постоянно ищите новых клиентов. Не так ли? Блоги и социальные сети привлекают покупателей, давая им взамен полезную информацию.

Контент-маркетинг — это общение с целевой аудиторией с помощью блога и социальных сетей. Отыщите востребованную идею, создайте превосходный контент и предоставьте его читателю бесплатно. Если они увидят в Вас эксперта, то Вы получите регулярные заказы и беззаботные продажи в интернете. Когда тысячи посетителей зайдут на Ваш блог и в сообщества социальных сетей... Из книги Вы узнаете, как привлечь внимание потенциальных клиентов в интернете.

## ОТ АВТОРА

Мир стал другим. Да, с появлением интернета — мир изменился. Бизнесу не стоит рассчитывать на маркетинг, которым мы его знали. Люди все меньше покупают с рекламных объявлений. Клиенты научились распределять своими деньгами.

Я больше двух лет занимаюсь активными продажами, постройками рекламных кампаний для малого и среднего бизнеса. Отдел продаж эффективнее любой рекламы, а стоимость заключается только в оплате труда трех и больше менеджеров. Создавайте отделы, но также не забывайте о других работающих методах.

Клиенты, которых завоюют менеджеры по продажам — поддержат бизнес. Никто кроме клиента не заплатит Вам деньги. Почему бы не учить покупателей? Развлекайте, поддерживайте и проявляйте заботу. Уделите им время!



## Контент-маркетинг. Как продвигать сложные продукты?

---

Помогите им разобраться с продуктами и услугами компании.

**Станьте экспертом ниши.** Понимаете, что это значит? Когда Вы написали статью, сняли видео, издали книгу — Вы обрели популярность среди целевой аудитории... Вы обратили на себя внимание клиентов.

Вы можете возразить, что интернет требует серьезных капиталовложений и времени. Это не совсем так, хотя кто-то сколько готов платить за успех. Можно использовать контент-маркетинг бесплатно, если делать все самому. В этом случае Вы заплатите своим временем, которое намного дороже денег. Можно и нужно нанимать специалистов, если имеется такая возможность...

Эта книга научит Вас применять контент-маркетинг.

Надеюсь, Вам она понравится.

С уважением, Виктор Мачальский

НАПИСАНИЕ на ЗАКАЗ и переработка:

1. Дипломы, курсовые, рефераты, чертежи...
  2. Диссертации и научные работы
  3. Школьные задания
- Онлайн-консультации  
Любая тематика, в том числе ТЕХНИКА  
Приглашаем авторов

УЧЕБНИКИ, ДИПЛОМЫ, ДИССЕРТАЦИИ -

На сайте электронной библиотеки по экономике и праву  
[www.учебники.информ2000.рф](http://www.учебники.информ2000.рф).

Автор: **ВИКТОР МАЧАЛЬСКИЙ**  
Литературный редактор: **ЮЛЯ ШВЕЦЬ**

Кухня продаж — 2015

[KS]

<https://право.информ2000.рф>

Бесплатная электронная библиотека по экономике и праву: книги, диссертации, дипломы

# 50 СОВЕТОВ ДЛЯ ВЕДЕНИЯ БИЗНЕСА В ИНТЕРНЕТЕ: КОНТЕНТ В ПОМОЩЬ

Используйте контент-маркетинг бесплатно или за деньги. Размер бюджета влияет на скорость развития стратегии. Пишите в блог сами или наймите копирайтера, продвигайте своими руками или заплатите агентству. Снимайте видео веб-камерой или возьмите оператора с телевидения — главное, использовать преимущества интернета для построения бизнеса.

Предлагаю Вам внедриться в интернет с душой, создать полезную информацию и заработать приличные деньги.

Сделайте полезность миру и Вы с ним подружитесь. Напишите статью для конкретного клиента, обучите его бесплатно — и он даст заработать учителю и другу, а не агенту с объявления.

В первой главе Вы узнаете о инструментах интернет-маркетинга, которые уже привлекли огромное количество пользователей. Отметьте для себя инструменты, с которых Вы начнете контент-маркетинг.

Внедряйте один инструмент в неделю. К примеру, эту неделю создайте сайт. На следующую — блог. Дальше — создайте процесс размещения анонсов в Twitter. И так далее... Пользуйтесь принципом — лучше одно доделать на 100%, чем 100 — на 5%.

## Контент-маркетинг. Как продвигать сложные продукты?

---

Эта глава разделена на пять разделов, каждый из которых отвечает на определенный вопрос. Воспринимайте ее как чек-лист инструментов. Создайте однажды инструмент из списка и он послужит Вам долгие годы, без надобности открывать книгу вновь.

Список создан по схеме «Название метода. => Общее представление о работе с методом».

### **Обзор инструментов. Где в интернете искать клиентов?**

1. **Создайте сайт.** Наполняйте его базовой рекламной информацией. Используйте продающие статьи, отзывы клиентов, рекомендации, видео, комментарии, картинки... Больше Вы узнаете о сайте в следующем разделе.

Контент — это информационное наполнение сайта, блога, социальной сети... Существуют разные форматы контента: текст, картинки, аудио, видео.

Контент-маркетинг — продвижение бизнеса с помощью создания и распространения бесплатного и полезного контента для целевой аудитории.

2. **Заведите на сайте блог.** Делитесь собственным опытом, давайте советы и идеи, научите клиентов пользоваться продуктом или сделать услугу «своими руками».
3. **Twitter.** Размещайте анонсы с блога, создавайте микростатьи.

4. **Вконтакте.** Создайте 10 профилей. Добавляйте в друзья 40 потенциальных клиентов в день и делитесь статьями блога. Находите сообщества близкие по тематикам и общайтесь с потенциальными клиентами. Создайте и наполните контентом свое сообщество и приглашайте «друзей». Рекомендую использовать программы **botovod** и **vkBot**, которые значительно сэкономят время на выполнение рутинных операций.
5. **Facebook.** Работайте по схеме Вконтакте.
6. **Форумы.** Найдите форумы, на которых общается целевая аудитория. Размещайте анонсы блога и общайтесь с потенциальными клиентами. Станьте полезным специалистом и покажите компетентность будущим клиентам.
7. **Youtube.** Создайте канал и — сделайте телепередачу. Можете написать статью, а потом ее пересказать в видео. Записывайте видео с экрана или создайте видео из фотографий.
8. **Другие блоги.** Найдите тематические блоги и размещайте на них гостевые посты.
9. **Посадочная страница.** Заведите одностраничный продающий сайт. Создайте для него коммерческое предложение и используйте контекстную рекламу. Разместите ссылку посадочной страницы на блоге и сайте.
10. **Будьте везде.** Используйте **[www.knowem.com](http://www.knowem.com)**. С помощью сервиса разместите информацию о компании на 500 сайтах, социальных сетях и каталогах. Размещайте ссылку на блог.

## Контент-маркетинг. Как продвигать сложные продукты?

---

Внедряйте в бизнес один инструмент из списка в неделю.

К примеру, создайте профили Вконтакте. Наполните их информацией — интересы, контакты, фотографии... Изучите программы и общайтесь со своими клиентами.

Выполнить за неделю кампанию Вконтакте невозможно, потому что этим процессом нужно заниматься всегда. Если Вы возьметесь еще за создание сайта — о каком результате может идти речь?

### **Больше конверсии. Как увеличить эффективность сайта?**

Если сайт не привлекает клиентов, то в нем что-то не так. Справиться с сайтом помогает понятие «конверсия». В этом разделе описаны стандартные страницы и блоки сайта, некоторые трюки и рекомендации. Используйте их для увеличения продаж.

Конверсия — показатель эффективности сайта. Измеряется по формуле — количество заполнивших заявку делится на количество зашедших на сайт.

К примеру, с 1000 посетителей заказали — 10. Исчисляем, десять делим на тысячу, что равняется 1%.  $10/1000=0,01*100\%=1\%$

Работайте с конверсией: правьте тексты, меняйте картинки, отслеживайте эффективность — тестируйте.

11. **Оформление главной страницы.** Создайте коммерческие предложение. Требуйте от посетителей заказов и контактов. Применяйте отзывы, формы связи, контакты, гарантии, акции, таймер...



12. **О нас.** Укажите факты, гарантии и виды деятельности. Разместите фотографии офиса и персонала. Подумайте, какая информация будет полезной для потенциального клиента.
13. **«Контакты».** Используйте номера телефонов, факсы, e-mail, карту, адрес, обратную связь. Разместите ссылки на социальные сети. Разместите номер телефона вверху на всех страницах.
14. **Наша команда.** Сделайте страницу сотрудников. Используйте фото, имена, контакты, видео. Познакомьте клиентов с исполнителями.
15. **Новости и статьи.** Выведите последние записи блога на главную страницу сайта. Пишите в блог полезные и интересные статьи для потенциальных клиентов.
16. **Удобство использования.** Позаботьтесь об удобстве использования сайта. Анализируйте поведение посетителей с помощью сервисов статистики. К примеру, Вебвизор от Яндекс.Метрика. Изучите понятие «Юзабилити».
17. **404 страница.** Эту страницу видит пользователь, если перешел на несуществующий адрес на сайте. Разместите на 404-й форму подписки, подборку статей и бесплатный информационный подарок.
18. **Яндекс и Google.** Оптимизируйте сайт под поисковые системы. Вводите в статьи ключевые слова, делайте уникальные картинки.
19. **Дизайн.** Закажите привлекательный и функциональный дизайн сайта.

## Контент-маркетинг. Как продвигать сложные продукты?

---

20. **Запрещено.** Уберите отвлекающие элементы на сайте. Посетителям не нравятся анимации, автозапуски видео, всплывающие окна, реклама...

### **Подготовка контент-маркетинга. Какая жизнь до Блога?**

Если заботитесь о результатах — поработайте над подробным планированием рекламной кампании.

21. **Миссия блога.** Выберите конечную цель. Поработайте над планом, который обеспечит постоянные идеи и сроки. Ознакомьтесь с «маркетинг-планом» и «контент-планом».
22. **Аудитория.** Изучите проблемы и интересы потенциального клиента, найдите лучшие решения. Пишите для потенциальных клиентов и специалистов-новичков.
23. **Выберите тематику.** Цельтесь на узкую тему. Найдите маленькую идею, в которой сможете сделать из себя эксперта.
24. **Рубрики, метки, навигация.** Создайте удобную навигацию. Используйте в составлении рубрик семантическое ядро сайта. Метки помогут в навигации по мелким темам.
25. **Конкуренты.** Следите за сайтами и социальными сетями конкурентов. Их опыт и ошибки помогут лучше понять собственный бизнес. Следите за стоимостью их услуг, продуктов и за методами продаж...
26. **Контент блога.** Публикуйте длинные руководства, решайте проблемы клиентов, опережайте конкурентов в информационной игре. **Не делайте контент самоцелью, каждая статья должна завершать часть миссии блога.**

27. **Ненавязчивая реклама.** Разместите картинку с рекламной в колонке блога. Привлеките внимание читателя бесплатной информацией, а сбоку расскажите о платных методах. К примеру, «Продаем огурцы, которые не нужно выращивать» и кнопка заказать.
28. **Ценности.** Делайте книги, тренинги, курсы, вебинары, которые создадут имя блогу. Продвигайте продукты на торрентах, форумах, целевых сайтах... Ценности со временем разлетаются по интернету сами и приводят посетителей и покупателей.
29. **Специалисты-эксперты.** Заведите знакомства с экспертами. Уговорите их писать статьи для аудитории блога. Возьмите у них интервью.
30. **Продвижение.** Составьте список из 20-30 площадок для раскрутки блога на месяц. К примеру, группа Вконтакте «автоЛюбители», форум «автофорум Москвы» и так далее.

Желательно, сделайте все пункты из списка перед запуском блога, это поможет двигаться в правильном движении.

## **Сочиняем. Как писать статьи в блог?**

В этом списке собраны рекомендации по оформлению статей в блог. Контент делайте качественно, чтобы пользователь мог его легко воспринимать и применять на практике.

31. **Структура статьи.** Разделите статью на подтемы с помощью подзаголовков. Используйте графику и видео как дополнительные материалы.

## Контент-маркетинг. Как продвигать сложные продукты?

---

32. **Говорите от себя.** Общайтесь с аудиторией как друг и как опытный человек. Покажите всем открытость и простоту.
33. **Заголовок.** Используйте громкие и правдивые названия статей. Проявляйте интерес у пользователей из первых строк.
34. **Первый абзац.** Изложите кратко решение проблемы в первых предложениях. Это улучшит «открывание» страницы.
35. **Картинка.** Фотографируйте эмоции, предметы, места, о которых идет речь в тексте. Если одно изображение заменит десять слов — используйте его.
36. **Выводы статьи.** Повторите одним абзацем о прочитанном в конце текста. Покажите все факты и призывайте к действию читателя.
37. **Комментарии.** Призывайте к общению. Втянув читателя в диалог — Вы улучшаете качество блога в целом.
38. **Подписывайтесь.** Сделайте рассылку блога. Дайте посетителям книгу или бесплатный курс. Мотивируйте их оставлять свой e-mail.
39. **Похожие статьи.** Покажите похожие статьи в записи и под ней.
40. **Бренд.** Разместите логотип и элементы фирменного стиля на фотографиях, в статьях...

Еще много вещей способны улучшить контент. Здесь собраны лишь некоторые из них. Узнать больше о написании текстов позволяют книги о копирайтинге, журналистике, писательском мастерстве.

## Раскручиваем. Как продвинуть блог?

Продвижение работает тогда, когда его делают. **Перестаньте продвигать блог — и завтра на него придут двое — Вы и поисковый робот.**

В разделе собраны работающие методы для продвижения блога.

41. **Поисковые системы.** Оптимизируйте тексты и сайт под поисковые системы. Размещайте естественные ссылки на других сайтах. Обращайте основное внимание на поведенческие факторы.
42. **Контекстная реклама.** Используйте платную поисковую рекламу, если желаете быстро получить посетителей.
43. **Ленты новостей.** Используйте сайты как [news2.ru](https://news2.ru). Разместите анонс статьи и однократно получите 10-100 посетителей на сайт. Это бесплатный, быстрый и эффективный метод.
44. **Социальные сети.** Найдите сообщества с большой посещаемостью. Составьте хороший текст и вирусный заголовок.
45. **Другие блоги.** Пишите гостевые статьи и оставляйте комментарии в других блогах.
46. **Интервью с экспертами.** Пригласите эксперта на интервью. С такими интервью блог выглядит куда привлекательнее для читателя.

## Контент-маркетинг. Как продвигать сложные продукты?

---

47. **Бомбы.** Делайте книги, видеотренинги, курсы, вебинары. Они распространяются по интернету с огромной скоростью и добавляют много известности.
48. **Рассылки.** Возвращайте посетителей на блог. Отправляйте им раз в неделю письмо с последними статьями блога, с новыми книгами и полезностями. Кроме того, рассылка увеличит продажи, если отправлять по ней коммерческое предложение.
49. **Подборка статей.** Выберите лучшие статьи блога и сделайте электронный журнал, который отлично продвигается на торрентах и форумах.
50. **Постоянно продвигайте...** Ищите сайты, которые подходят для продвижения блога. Есть специальные сервисы, которые основную часть работы делают за Вас. К примеру, [www.knowem.com](http://www.knowem.com) — покажет на каких сайтах Вы не зарегистрированы. [www.pistonposter.com](http://www.pistonposter.com) — сервис автоматически разместит анонс в Вконтакте, Facebook...

Вы ознакомились с контент-маркетингом, а точнее — с общими инструментами, методами и идеями. Узнайте в следующих главах о эффективной работе с текстами, рассылкой и блогом.

# 25 ФИШЕК ДЛЯ БЛОГА

Используйте проверенные методы контент-маркетинга, о которых идет речь в этой книге. Многие используют любые способы интернет-маркетинга, а использовать нужно только работающие.

Советы разделены по рубрикам.

## Дизайн и удобство использования

1. **WordPress.** Используйте WordPress для создания блога.
2. **Шаблонность.** Не используйте шаблонный дизайн. Закажите собственный дизайн и стиль.
3. **Стандарты удобства.** Размещайте поиск справа сверху, список рубрик в колонке, последние статьи на главной странице, кнопки социальных сетей под статьей...

## Используйте лучшее

4. **Хостинг.** Не используйте бесплатный хостинг. При покупке хостинга — убедитесь в быстродействии сайта.
5. **Домен.** Используйте доменные зоны второго уровня. К примеру [www.nazvavie.COM](http://www.nazvavie.COM)

## Расширения для блога. Плагины

6. **Cyr-to-Lat.** Дайте человеческий вид ссылке. Было «/?p=kdajh\*\*\* %#\$^%#&%\$&» стало «/o-nas»
7. **Fancybox.** Открывайте картинки в сплывающем окне.

## Контент-маркетинг. Как продвигать сложные продукты?

---

8. **TinyMCE Advanced.** Работайте на сайте как в Microsoft Word, установив расширенный визуальный редактор.
9. **WP-PageNavi.** Покажите номера страниц в ленте новостей.

## Используйте социальные сети

10. **VKapi.** Подключите комментарии от Facebook и Vkontakte. Позвольте пользователям поделиться статей в социальных сетях с помощью кнопок «Мне нравится»
11. **UpToLike Share Buttons.** Разместите кнопки социальных сетей на страницах сайта.

## Оптимизируйте под поисковые системы

12. **All In One SEO Pack.** Оптимизируйте блог под Яндекс и другие поисковые системы.
13. **Google Sitemap.** Сообщайте о новых статьях Яндексу в автоматическом режиме.
14. **Dagon Design Sitemap Generator.** Покажите посетителям список всех статей блога.

## Особые приемы

15. **Подписка по e-mail.** Отправьте пользователю анонсы новых статей блога, чтобы получить повторные заходы и регулярных посетителей.
16. **В день — 1 статью.** Размещайте в блоге новую статью каждый день. Используйте частую периодичность — этим способом можно быстро продвинуть сайт.



17. **Сообщества в социальных сетях.** Заведите сообщества в социальных сетях и мотивируйте посетителей присоединяться к им.
18. **500 подписчиков.** Обзаведитесь подписчиками и сделайте партнерскую программу по обмену.
19. **Постоянно продвигайте блог.** Каждый день пишите о блоге на форумах и в социальных сетях.
20. **Книга.** Ответьте на все вопросы одним документом. Напишите или закажите написание книги. Разместите ее на форумах, торрентах, в интернет-библиотеках. Сделайте ее привлекательной и полезной.
21. **Аудиоподкаст.** Создайте свою радиопередачу. Говорите на несколько маленьких тем или на одну большую. Продвигайте подкаст на [podster.fm](http://podster.fm) и похожих сайтах.
22. **Интернет журнал.** Выберите лучшие статьи из блога и создайте интернет-журнал.
23. **Аудио- и видео-статья.** Переведите свои статьи в аудио- и видео-формат.
24. **Целевые статьи.** Создавайте статьи для узкой аудитории. К примеру, «как продвигать строительный бизнес».
25. **Лучшее в блогах.** Делайте обзор статей с чужих блогов по Вашей теме.

Вы знаете, как работать с блогом и создавать ценности. Не останавливайтесь ни на чем. Всегда улучшайте и расширяйте блог, чтобы заполучить как можно больше читателей и подписчиков.

# 10 ИСТОЧНИКОВ ДЛЯ ИЗУЧЕНИЯ КОНТЕНТ-МАРКЕТИНГА

Вопрос контента очень широкий. Для его изучения этой книги недостаточно, поэтому рекомендую читать блоги и книги по этой теме.

## **Новые наблюдения в блогах:**

1. **Агентство продающих текстов Дмитрия Кота.** Научитесь писать продающие тексты. Дмитрий является автором бестселлеров «Копирайтинг: как не съесть собаку» и «E-mail маркетинг. Исчерпывающее руководство».
2. **Копирайтинг от А до Ю.** Блог копирайтера Дениса Каплунова. Научитесь копирайтингу и возьмете много идей. Денис издал три книги-бестселлера по копирайтингу: «Копирайтинг массового поражения», «Эффективное коммерческое предложение», «Контент, Маркетинг, Рок-н-Ролл».
3. **Практический копирайтинг и маркетинг:** основы, секреты, примеры и советы от Даниила Шардакова. Научитесь интернет-маркетингу, копирайтингу, рекламе.
4. **Эффективные продающие тексты.** Авторский блог Сергея Бернадского. Усовершенствуйте продающие тексты. Сергей автор книги «Продающие тексты. Как превратить читателя в покупателя».

5. **Энциклопедия поисковых систем SearchEngines.ru.** Новости интернет-маркетинга, поисковых систем, социальных сетей...

## **Основная информация в книгах**

6. **Контент-маркетинг. Новые методы привлечения клиентов в эпоху Интернета** / Майкл Стелзнер; — 2012. — 288 с.
7. **Контент, маркетинг и рок-н-ролл. Книга-муза для покорения клиентов в Интернете** / Денис Каплунов. — 2014. — 496 с.
8. **Прибыльный блог. Руководство** / Яро Старак; — 2011. — 61 с.
9. **E-mail маркетинг. Исчерпывающее руководство** / Дмитрий Кот. — 2013. — 192 с.
10. **Текст для Web. Доступность и привлекательность** / Джонатан Прайс, Лиза Прайс. — 2003. — 464 с.

Вы ознакомились с главными информационными ресурсами по теме контент-маркетинга. Для правильного использования контент-маркетинга изучите их сами или предложите их изучить исполнителю, которого наймете. В книгах и блогах есть полезная информация, которая поможет построить надежную рекламную кампанию в интернете.

# 5 СОВЕТОВ ПО ПОИСКУ ИДЕЙ ДЛЯ КОНТЕНТА

Уникальный контент — это статьи, которые имеют актуальную, достоверную и востребованную информацию. Создавайте контент из собственного опыта. В этой главе речь идет о поиске востребованных идей для контента.

## Где брать идеи для статей?

1. **Форумы.** Ищите вопросы людей на тематических форумах. Подумайте, как сможете им помочь. Посетители форума сделают все, чтобы узнать решение своей проблемы.
2. **Ответы mail.ru.** Ищите вопросы, на которые можете дать хороший ответ. После размещения статьи — поделитесь ссылкой в том же вопросе.
3. **Яндекс.Вордстат.** Посмотрите, что посетители ищут в Яндексе и дайте им это.
4. **Блоги.** Берите идеи для написания статей в самых разных блогах. Переписывать статью своими словами не надо, дайте развернутый ответ, свой метод, совет, полное руководство.
5. **Заведите блокнот.** Держите блокнот возле рабочего места и когда заметите идею — сразу запишите ее на бумагу. За месяц Вы соберете идей на целый год, а в творческий кризис не появится вопроса «о чем писать».

**Идея вызывает интерес к прочтению статьи.** Используйте схему раскрытия идеи, просто отвечая на вопросы:

1. Что это?
2. Где такое есть?
3. Когда это появилось?
4. Как этим пользоваться?
5. Почему оно достойно внимания?
6. Кто его придумал и кто использует?
7. Зачем мне это надо?
8. С какой стати мне оно надо?
9. С какой целью его применять?

Сделайте собственную структуру вопросов, некий шаблон, чтобы давать ответы в статье максимально эффективно.

## 6 ЖАНРОВ КОНТЕНТ-МАРКЕТИНГА ДЛЯ СТАРТА

Вы получили источники идей. Пришло время посмотреть на жанры, с помощью которых делать ротацию идей. Люди устают читать одинаковую информацию. Давайте все виды контента по очереди, чтобы зацепить широкую аудиторию.

1. **Статьи-руководства.** Учите пошагово решать обусловленную проблему. Старайтесь излагать все предельно просто. Получится большая статья, которая вызовет у пользователей один позитив.
2. **Интервью.** Используйте простой жанр, где Вы будете всего лишь координатором беседы. Выбирайте известную личность и говорите на интересную тему. Позвольте эксперту все объяснить читателям без Вашей помощи.
3. **Обзоры.** Обозрите чужую информацию, собрав интересные моменты в одном месте. К примеру, покажите пользователю 10 лучших продуктов для отдыха или 10 сайтов для общения.
4. **Новости.** Собирайте новости с помощью общения. Позвоните поставщику, производителю, продавцу...
5. **Истории успеха.** Расскажите посетителям о чужом успехе. Всем нравится читать, когда есть главный герой, он сталкивается с трудностями, не сдается и добивается успеха.

6. **Другое мнение.** Напишите статью, где Вы не соглашаетесь с какой-то тенденцией. Используйте много фактов, аргументов, мнений экспертов...

Видов текстового контента в интернете — полно. Одна журналистика владеет несколькими десятками жанров. Если можете делать больше жанров — делайте.

# 7 ИЗМЕРИМЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ КОНТЕНТ-МАРКЕТИНГА

Когда Вы привлечете клиентов в бизнес с помощью контент-маркетинга? По каким показателям ориентироваться? Расскажу о цифрах, с помощью которых Вы сможете заполучить покупателей.

Добейтесь таких показателей блога и получите достойное вознаграждение — регулярные и неограниченные продажи.

1. **Больше 500 записей в блоге.** Публикуя одну статью в день — через два месяца получите первого клиента, через полгода регулярную десятку в месяц. Через два года блог станет одним из самых популярных по теме.
2. **Больше 30 000 подписчиков.** Рассылая один раз в месяц коммерческое предложение по собственной базе — вы получаете много заказов.
3. **Больше 10 000 ссылок.** Получайте уважение со стороны поисковых систем, разместив более 10 000 естественных ссылок, по которым переходят пользователи.
4. **Больше 2 000 постов в каждой социальной сети.** Давайте людям информацию и общение в социальных сетях и они отблагодарят Вас.
5. **Больше 10 комментариев под каждой статьей.** Если контент интересный, то пользователи благодарят комментариями.



6. **Больше тысячи лайков.** Людям нравится, что Вы делаете и они делятся статьями блога.
7. **Больше 1000 посетителей в день.** На этом показателе у Вас появляются регулярные заказы.

Думаете, контент-маркетинг очень прост?

Нет. Контент-маркетинг больше чем очень прост. Только для его реализации нужно много времени и экспертных знаний. В любом случае — полезная информация ценится превыше всего в интернете.

Вы увидели общую картину интернет-маркетинга, посмотрели на стратегии и методы связанные с контентом. Узнали о полезных и интересных видах контента, о метриках контента, о перспективах.

Контент-маркетинг. Как продвигать сложные продукты?

# ЖДИТЕ В СКОРОМ ВРЕМЕНИ ЭЛЕКТРОННЫЕ ИЗДАНИЯ

Готовим к изданию и бесплатному распространению интернет-книгу Майкла Стелзнера «**Как писать белые книги**». Майкл известный в СНГ как автор книги «Контент Маркетинг. Новые методы привлечения клиентов в эпоху Интернета»

Получите «How to Write a White Paper» в русском переводе на блоге «Кухня продаж» [www.kitchen-sales.ru](http://www.kitchen-sales.ru) с 10-го января 2015 года.

## How to Write a White Paper A White Paper on White Papers

By Michael A. Stelzner

**About the Author:** Michael Stelzner is the author of [Writing White Papers: How to Capture Readers and Keep Them Engaged](#), the executive editor of the 20,000-reader [WhitePaperSource™ Newsletter](#) and has written more than 130 papers for major corporations such as Microsoft, FedEx, Motorola, Dow Jones, LinkedIn, HP, Monster, and SAP.

So you've decided you need a white paper. What exactly should the objectives be? Will the paper be well-received? How long should it be? Who will write it? These and many other questions are common concerns that should be addressed from the start. The good news is you are not alone! Since its first edition, more than 85,000 people have read this paper. It is my hope that it leads you in the right direction.

This paper's objective is to guide you in the process of developing effective white papers and persuasive business documents.

### What Is a White Paper?

The term *white paper* is an offshoot of the term *white book*, which is an official publication of a national government. A famous white paper example is the *Winston Churchill White Paper of 1922*, which addressed political conflict in Palestine.



*A white paper usually argues a specific*

A white paper typically argues a specific position or solution to a problem. Although



# ПОЛУЧИТЕ ВСЕ САМОЕ НЕОБХОДИМОЕ


Подпишитесь на рассылку блога и получайте новые книги, переводы руководств, последние наблюдения о контент-маркетинге и интернете.

Для подписки нужно кликнуть на картинку ниже, перейти на сайт [www.kitchen-sales.ru](http://www.kitchen-sales.ru). Ввести свой электронный адрес в форме в правой колонке.

**Подпишитесь на  
рассылку**

Ваше имя:

Ваш email-адрес:

 Никакого спама, гарантируем!

**Подписаться**

Контент-маркетинг. Как продвигать сложные продукты?

---

# ПОЛЕЗНЫЕ СТАТЬИ НА МОЕМ БЛОГЕ

- [Как найти клиентов на бухгалтерские услуги с помощью контент-маркетинга?](#)
- [Как продвигать сайт в интернете? Рабочие инструменты](#)
- [10 заповедей качественного контента](#)
- [10 лучших русскоязычных блогов о интернет-маркетинге от Кухни продаж](#)
- [Как раскрутить свой бизнес в интернете с помощью блога? 10 простых правил](#)
- [5 секретов хорошего дизайна блога](#)
- [5 ответов на не очевидные вопросы новичков, которые планируют завести блог](#)
- [Какие 26 научных дисциплин тесно связаны с копирайтингом и журналистикой? Личный опыт](#)
- [Как связаться с журналистами, привлечь СМИ и выжать максимум пользы?](#)
- [10 советов по использованию контент-маркетинга для моего дедушки](#)
- [Как брать интервью? Главные советы практика-журналиста](#)



# ВРЕМЯ ПРОЩАНИЯ, ИЛИ ПОСЛЕДНЯЯ СТРАНИЦА

Пришло время планирования и внедрения контент-маркетинга в Ваш бизнес. Желаю Вам достичь успеха — стать тем человеком, которым Вы себя видите в будущем.

С наилучшими пожеланиями и с уважением лично к Вам,  
Виктор Мачальский.

Спасибо, что дочитали до конца. Если я чем-то могу помочь...

## **Контакты автора:**

E-mail: [m.viktor.expert@gmail.com](mailto:m.viktor.expert@gmail.com)

Skype: [m.viktor.expert](https://www.skype.com/ru/people/m.viktor.expert)

Блог: [www.kitchen-sales.ru](http://www.kitchen-sales.ru)

Facebook: [Виктор Мачальский](https://www.facebook.com/viktor.machalskiy)

Вконтакте: [vk.com/id229225563](https://vk.com/id229225563)

НАПИСАНИЕ на ЗАКАЗ и переработка:

1. Дипломы, курсовые, рефераты, чертежи...
  2. Диссертации и научные работы
  3. Школьные задания
- Онлайн-консультации  
Любая тематика, в том числе ТЕХНИКА  
Приглашаем авторов

УЧЕБНИКИ, ДИПЛОМЫ, ДИССЕРТАЦИИ -

На сайте электронной библиотеки по экономике и праву  
[www.учебники.информ2000.рф](http://www.учебники.информ2000.рф).

партнером.

Для заказа услуг свяжитесь со мной удобным образом.

Автор: **ВИКТОР МАЧАЛЬСКИЙ**  
Литературный редактор: **ЮЛЯ ШВЕЦЬ**

