



*e-book*

**CO MUSÍM UDĚLAT,  
NEŽ PUBLIKUJU ČLÁNEK  
NA BLOG?**

---

*+ bonusový check-list*

## Co musím udělat, než publikuju článek na blog?

### + BONUSOVÝ CHECKLIST

1. Ujistěte se, že je to téma, o kterém lidi chtějí číst
2. Nechte článek jeden den odležet
3. Vymyslete chytlavý (sexy) nadpis
4. Okořeňte to náhledovým obrázkem
5. Zkontrolujte, jak bude článek vypadat na FB
6. Připravte si popisky pro sdílení na sociální sítě

## 1. Ujistěte se, že je to téma, o kterém lidi chtějí číst

Psát pro radost je báječné, o tom vám lhát nebudu. Ale pokud se pomocí blogu a obsahového marketingu snažíte vybudovat brand a jméno ve svém oboru, tak téma článku musí být zajímavé i pro vaše čtenáře a klienty.

Příklad: píšete pro majitele chlupatých mazlíčků a rozhodnete se, že napíšete na svůj blog elaborátní práci o tom, jak funguje psí zažívání. Do detailů vysvětlíte, co se stane ve chvíli, když něčí miláček spolkne granule až po chvíli, než se s granulemi rozloučí. A přitom vaši zákazníci jsou dámy ve starším věku, které jediné co zajímá je, aby měla Fifinka dobře učesané své “jorkšíří háro” a obojek jí ladil s vodítkem a pániččinou kabelkou :)

Věřím, že chápete, že je to v této situaci mimo mísu.

Naopak, kdyby vaše klientela byli doktoři popř. studenti veterinární medicíny, máte spoustu palců nahoru!

## 2. Nechte článek jeden den uležet

Prosím Vás, nikdy nikomu neposílám první návrh svých textů. Nikdy nepublikuju první verzi článku. NIKDY. A ani vy byste neměli.

Je báječné, ze sebe všechny ty myšlenky a nápady vysypat. Dát je na papír, aby se v té změti úkolů, myšlenek a zpráv neztratily.

Ale věřte mi, zítra to bude vypadat, jako by to psal někdo úplně jiný, než vy. Nějakej divně posedlej skřítek.

Takže zasednete zpátky ke klávesnici a po tom divně ujetým skřítkovi to opravíte, přepíšete a dáte do čitelné formy.

## 3. Vymyslete chytlavý (sexy) nadpis

Asi všichni víte, jak to funguje ... bulvární plátky jsou na to experti.

Paní Maruška na své zahradě objevila 100 let staré kosti.

No a když si článek opravdu rozhodnete přečíst, zjistíte, že senilní paní našla na zahradě kosti psa, kterého si někdo za války zakopal na zahradě.

V žádném případě neříkám, že máte být jako bulvár. Ale musíte dobře znát svou cílovku a vědět, co chtějí. A to jim logicky v nadpisu dát! Zaujmout natolik, abyste je v tom záchvatu scrollování donutili zastavit a článek rozkliknout.

#### 4. Okořeňte to náhledovým obrázkem

Je to důležitá technická připomínka, ale v rámci marketingu platí to, co u nadpisu. Musíte ZAUJMOUT ve změti všeho toho obsahu na sítích.

#### 5. Zkontrolujte, jak bude článek vypadat na Facebooku

Nebojte, nechci na vás mluvit čínsky. Nebudete muset volat Markovi, aby s tím vaším článkem něco udělal. Stačí to asi 3 kliknutími zkontrolovat z pohodlí vašeho gauče. Jediná podmínka je, že musíte mít profil na Facebooku a musíte být přihlášení.

Existuje na to jednoduchý nástroj:

<https://developers.facebook.com/tools/debug/sharing/>.

Po zadání URL adresy svého článku do políčka kliknete na "Debug". No a když se v náhledu nezobrazí, to co máte nastaveno, stačí kliknout na "Scrape again", tak dlouho než se nezobrazí náhled podle vašich představ.

#### 6. Připravte si popisky pro sdílení na sociální sítě

Nebudu vám lhát, není úplně ideální, když článek sdílíte na různé sociální sítě se stejným popisem. Každá síť má svá specifika. Lidé tam od vás očekávají něco jiného. Tedy i na něco jiného se chytí.

Zároveň si ale uvědomte DŮLEŽITOU věc. Nemusíte být na všech sociálních sítích. Protože vaši klienti taky nejsou všude. Takže než něco někam začnete sdílet, zjistěte si, jestli tam jsou lidi, které chcete zaujmout.

# Check-list

CO MUSÍM UDĚLAT,  
NEŽ PUBLIKUJU ČLÁNEK  
NA BLOG?



**TÉMA ČLÁNKU JE PRO ČTENÁŘE ZAJÍMAVÉ**



**ČLÁNEK JE JEDEN DEN ODLEŽENÝ**



**ČLÁNEK MÁ CHYTLAVÝ (SEXY) NADPIS**



**ČLÁNEK MÁ ZAJÍMAVÝ NÁHLEDOVÝ OBRÁZEK**



**ČLÁNEK VYPADÁ DOBŘE OČIMA FACEBOOKU**



**MÁM PŘIPRAVENÉ POPISKY NA SOC. SÍTĚ**

## E-book pro vás připravila:

*Michaela*  
GŘEŠKOVÁ

Copywriterka a “web stavitelka” v naší firmě EDUWAY / autorka knížky Neštěstí ve štěstí / blogerka / a to všechno spojuje zapálenost pro marketing.

S blogováním koketuji už téměř 15 let.

Od samotného blogování pro radost jsem se dostala k celkové tvorbě webů a psaní článků všeho druhu.

[miska.greskova@eduway.cz](mailto:miska.greskova@eduway.cz)

[www.miskagreskova.cz](http://www.miskagreskova.cz)

[www.nestestivestesti.cz](http://www.nestestivestesti.cz)

*Michaela*  
GŘEŠKOVÁ  
miska.greskova@eduway.cz  
www.miskagreskova.cz