



# JAK ZAČÍT PSÁT BLOG

---

**A NESEKNOUT  
S TÍM**

---

MICHAELA GŘEŠKOVÁ  
[WWW.MISKAGRESKOVA.CZ](http://WWW.MISKAGRESKOVA.CZ)

# Jak začít psát blog a neseknout s tím v 5 krocích

**Aneb rozjed'te svůj obsahový marketing pomocí blogu!**

## Obsah

1. Nemějte na sebe příliš velké nároky
2. Naslouchejte svým návštěvníkům/klientům, co chtějí číst
3. Sdílejte!
4. Pište, jak vám huba narostla – pokud tedy nejste vědec/právník/lékař a nepíšete pro své převzdělané kolegy
5. Inspirace je všude, kam se podíváš

**BONUS nakonec: PIŠTE, PIŠTE, PIŠTE!**

## Úvod

Psát blog může být sranda stejně tak moc,  
jako to může být peklo na Zemi!

Ať už psát blog, jste nařídili sami sobě, nebo na vás na každé poradě řve šéf, kdy už konečně začnete, je celkem nanic během měsíce publikovat 5 článků a pak rok TICHŮ.

Ale věřte mi, nejste v tom sami. **S blogem seklo už hodně lidí před vámi a mohu vám zaručit, že i hodně lidí po vás.** Samozřejmě, to není omluva!

Může se to zdát neuvěřitelné, ale **blog je můj kámoš od nějakých mých 8 let.**

To tedy znamená, že (s nějakými pauzami, změnami adres a témat) **bloguju už téměř 15 let.** Takže jsem si na své blogerské konto naskládala nějaké ty úspěchy, ale taky chyby. No a z těch jsem si odnesla i nějaké ty lekce.

A o ta “moudra”, která jsem se **z vlastních zkušeností naučila**, bych se s vámi chtěla podělit.

**Aby toho zase nebylo hodně, těch 15 let blogování jsem shrnula do 5 bodů a jednoho BONUSU.**

Tak příjemné počtení, a hlavně jako poslední krok nezapomeňte alespoň nějaké ty **body aplikovat do své blogerské kariéry.**

# 1. NEMĚJTE NA SEBE PŘÍLIŠ VELKÉ NÁROKY

Když už jednou začnete publikovat na svůj blog, je vhodné přidávat články nějak pravidelně. Spousta lidí ale udělá tu chybu, že si řeknou, že hned od začátku začnou publikovat článek každý týden – nejlépe 2x do týdne, protože to řekl nějaký Lojza na marketingové konferenci. To je cesta do pekel – aneb taky k tomu, seknout s blogem po dvou článcích.

## **Když začínáte s blogem, to nejdůležitější je, dát si reálné cíle.**

Když víte, že budete schopni dát dokupy jeden článek za 3 týdny, je to v pořádku. Prostě si své publikum naučte, že jednou za 3 týdny pro ně připravíte článek.

A třeba po 5 článcích zjistíte, že zvládnete jeden článek za 2 týdny a po dalších 10 napsaných článcích pro vás nebude žádný problém napsat článek týdně.

Já jsem třeba v roce 2016, kdy jsem po pár měsících práce pochopila, jak to funguje (nebo jak by mělo), vymyslela skvělý publikační plán na všechny (!!!) naše firemní blogy. Na tom papíře to vypadalo skvěle. Byla jsem na sebe fakt pyšná. Provázala jsem to dokonce sdílením na sociální síti a bylo to nádherné – fakt to vypadalo jako práce profesionála a umělce zároveň. No jo, jenže ...

## **Udělal jsem asi tu největší začátečnickou chybu.**

Naplánovala jsem si publikační plán blogu. Měla jsem tam rozplánované, kdy by se článek měl začít psát, aby mohl projít procesem vlastní korekce, korekce někým druhým. Ale tím jsem skončila. Vůbec jsem do toho báječného plánu nezahrnula to, že vlastně blog není moje jediná povinnost. Podle toho plánu jsem byla full time blogerka – ale ve skutečnosti tomu tak nebylo ...

Během následujících měsíců jsem si procházela celkem velkou ponorkou, protože můj výtvar byl ve výsledku úplný fail! Byla to taková první velká věc, které jsem se sama chopila a podělal jsem ji. Co si budu, to trochu podkope sebevědomí, takže jsem s blogem (se všema) na nějakou dobu sekla, protože jsem prostě měla pocit, že na to nemám.

Přestřelila jsem to, ale přiznat jsem si to nechtěla. Jenom jsem se trýznila myšlenkou, že jsem budižkničemu, když přišlo na blog, který pro mě byl během školy život.

Když to čtete, možná si říkáte: bože, jasně byla mladá, blbá a nezkušená, to bylo jasné, že se to podělá!

Ale píšu to tady právě proto, že vím, že v tom nejsem sama. Že je to běžná chyba. Takže až si budete plánovat publikování a tedy psaní článků na blog, podívejte se na to z globálního hlediska času. Zamyslete se nad tím, co děláte a co nadále musíte dělat zároveň s tím, co si budete hrát s bábovičkama na blogu.

## 2. NASLOUCHEJTE SVÝM NÁVŠTĚVNÍKŮM/KLIENTŮM, CO CHTĚJÍ ČÍST

Není asi moc více **demotivujících** věcí než **psát blog, který nikdo nečte**. Takže prosím vás, **poslouchejte** lidi kolem sebe – nejlépe tedy lidi, kteří se řadí mezi vaši cílovou skupinu – a **pište o tom, o čem toho chtějí vědět více**.

Pište o tom, na co se ptají.

Účastníte se **konference nebo přednášky** a někdo se zeptá přednášejícího na otázku, na kterou znáte odpověď? Napište o tom článek Je dost pravděpodobné, že když se na to zeptá jeden, není v tom sám.

Dalším skvělým příkladem jsou **schůzky s klienty**.

Pro mě to je vždycky velice inspirující z hlediska toho, **na co se mě ptají**.

**Jak reagují na to, co říkám**.

Stejnou studnicí inspirací na témata článku jsou Facebookové skupiny. Zkuste se občas prohrabat diskuzemi ve skupinách zaměřených na váš obor. Zjistíte, na co se lidi ptají. Když na jejich otázku odpovíte ve svém článku, můžete je příště odkázat na svůj web a třeba získat dalšího platícího klienta.

A proč to všechno říkám?

Řeknu vám takovou ošklivou pravdu. **Všichni máme takovou tu svoji profesní zaslepenost: vždyť to je úplně jasné! Tomu rozumí úplně VŠICHNI!**

No a oni tomu **všichni nerozumí**. Kdyby ano, tak vás (jako toho odborníka) nepotřebují.

Jak jsem ale psala výše, někdy ve skutečnosti člověk nehledá odpověď: *klikni tam, udělej tohle, nainstaluj tohle, zaklikni tamto*, ale třeba jen nějakého odborníka, který jim s tím pomůže. **A tím odborníkem můžete být VY!**

Mně samotné třeba připadalo dlouhou dobu, že když spustím o tvorbě webu, tak mi každý rozumí. Protože já přeci používám tu přívětivější variantu tvorby webu. Dlouhou dobu jsem se totiž pohybovala mezi klukama, kteří weby programovali. Když se na to dneska ohlídnu s tím, co vím o svých klientech (o lidech, kteří jsou moje cílová skupina), vím, že ti kluci mluvili napůl čínsky. Já se bohužel se svými potenciálními zákazníky taky bavila napůl čínsky. Byla jsem přesvědčená, že protože mi rozumí ti kluci u piva, tak že mi musí rozumět úplně každý!

Nerozuměl mi vůbec nikdo – nebo teda ne ti, kteří potřebovali moji pomoc. Rozuměli mi tak akorát ti ajťáci, kteří mě ještě k tomu peskovali, že to říkám moc česky, moc lidsky.

Budu upřímná, stálo mě to hodně nervů, než jsem si dala pět a pět dohromady a uvědomila si, že ta ajťácká zvěř NEJSOU ti, které chci oslovit. Ale jsou to lidi, kteří končí u toho, že ví, že existují webové stránky, že je chtějí propojit se sockama a chtěli by si s tím svým budoucím webem umět pokecat.

A přesně tak, jak já jsem přizpůsobila svůj mluvený i psaný projev, tak vy musíte toto promítnout na svůj blog.

### 3. SDÍLEJTE!

Už v předchozím bodu jsem zmiňovala **demotivaci, když váš blog nikdo nečte**.

#### Za 1)

může být problém v tom, že **to, co píšete, nikoho nezajímá** – nebo to přinejmenším **nezajímá kámoše Frantu**, kterému to furt dokola cpete na svém osobním profilu.

#### Ale za 2)

může být problém i ten, že to svoje umělecké dílko pro jistotu **nesdílíte nikam!** Prosím vás, **používejte ty nástroje, které dneska máte**. Jasně, že sociální sítě jsou zabijáci času, radosti a štěstí, ale co kdybyste tyhle “zabijáky” **využili i k něčemu dobrému?** Třeba k tomu, že **o svém článku dáte někomu vědět**.

A jasně, necpěte to stále svému kamarádovi Frantovi, který je vaším oborem úplně nepolíbený.

- Zkuste to ve **skupinách zaměřených na váš obor** (to je 2.důvod, proč se do nějaké té Facebook skupiny přidat).
- Zkuste to na své **profesní stránce**.
- Zkuste to třeba na **LinkedInu**, který je přeci jen více profesní síť než ten náš kámoš Facebook.
- No a pokud máte dost odvahy, zkuste to i na **Instagramu**.

P.S. proč sdílet, má jednoduchý důvod. Vy sice z toho, že jste konečně **začali psát blog**, a že vám to vydrželo dýl než 2 články, **budete nadšení!** Ale tvrdá realita je, že **všem ostatním to je úplně šumák**. Nikdo tam venku nečeká, kdy konečně začnete psát blog. Každý má tolik svých starostí a problémů, že **abyste zaujali, tak je musíte pomalu praštit kladivem mezi oči ...**

Na sdílení taky existuje jednoduchý – ale zároveň chytrý – nástroj. Nástroj, který bude obsah sdílet za vás.

Tenhle váš budoucí nejlepší přítel se jmenuje SmarterQueue. Tento program vám umožní jednou do něj nahrát obsah, který chcete sdílet a poté bude vaše články do skupiny, na stránky či na váš osobní profil sdílet sám.

## 4. POKUD NEJSTE VĚDĚC/PRÁVNÍK/LÉKAŘ A NEPÍŠETE PRO SVÉ PŘEVZDĚLANÉ KOLEGY – PIŠTE, JAK VÁM HUBA NAROSTLA

Jasně, **každý jsme odborník ve svém oboru**. ALE! Když si k vám někdo přijde **pro radu** nebo pomoc, **chce abyste mluvili jeho jazykem**.

Já se třeba znala s ajťákama, kteří když začali mluvit, tak jsem chytala každé druhé až třetí slovo. Což je blbý, když jejich žvatlání předcházela otázka, na kterou jsem potřebovala znát odpověď.

Takže jsem je nechala vždycky vykecat a pak jsem to požadovala česky. A když stále nepochopili, co je čeština a že musí věci nazývat tak, jak vypadají, ne žádnými vznešenými názvy, tak to jeli potřetí. No a to už většinou pochopili, že musí přepnout na jazyk klienta, ne kolegy vedle u počítače.

A to stejné platí pro vás.

Chápu, že jste machr na tiskárny, ale já jsem váš klient, a o tiskárně vím akorát to, že potřebuje elektřinu, aby mohla tisknout. Zbytek mi musíte popsat asi jako 5letému dítěti. Nedělám si srandu z vás, ani z vašich klientů. Samo, že musíte vědět, komu prodáváte a pro koho píšete. Takže pokud budete psát pro techniky, kteří s tiskárnami i spí, blog budete psát úplně jiným jazykem ...

Ale zpátky k situaci, když je váš klient běžný smrtelník a chce tiskárnu, aby mohl svému dítěti vytisknout diplom za uklízení pokoje. Čím podrobněji, čím blbuvzdorněji to svému klientovi napíšete a vysvětlíte, tím máte větší naději, že nakoupí.



## 5. INSPIRACE JE VŠUDE, KAM SE PODÍVÁŠ

**Nejčastější problém je, že vám dojdou témata.** Je to možná ještě **palčivější problém než čas.** Protože vyblokovat si 2 hodiny na psaní článku je super, ale co když **sednete a prázdná?** Blbý, že?

### Kde tedy hledat inspiraci?

- a) Jak jsem už psala v 2. bodě, poslouchajte, o čem chtějí lidé číst, o čem se chtějí více dozvědět (a ZAPISUJTE si to!).
- b) Čtěte i blogy ostatních. Mě třeba napadají nápady na moje vlastní články i když pročítám blog o vaření. Takže doslovně hledejte inspiraci VŠUDE!
- c) Doporučuju si přečíst knížky od Austina Kleona. V tomto případě budou nejvhodnější tyto 2: **Krad' jako umělec** a **Jed' dál.** Nemusíte se bát, že nad čtením strávíte mládí, jsou to tenké "brožurky", tak na sobotní čtení ke kafi.

Na téma inspirace bych se tady ráda trošku víc rozepsala.

Může to být takový bod za d).

Je všeobecně známo, že **nejvíce nápadů nám přichází**, když jsme v takzvaném **stavu "flow"**. Do tohoto stavu se můžete dostat meditacemi. Nebo pokud na takové věci moc nevěříte, zkuste procházku se psem, sprchu nebo třeba i pauzu na záchod – na jedné konferenci to zmiňovala i Michelle Loosekot, když už nevíš, jdi se vyčůrat. Neptejte se mě proč, prostě to tak je!

Co tím chci ale říct je, že **inspiraci nevysedíte u psacího stolu** za notebookem. Zkrátka zvedněte zadek a **pro tu inspiraci si někam dojděte.** Nejsem psycholog ani nic podobného, nevysvětlím vám proto, jak to funguje, ale náš mozek tak prostě funguje.

Po dni venku nebo když pečete narozeninový dort – což je proces na několik hodin a pomalu i dní – mozek funguje na úplně jiné vlně, než když pracuju hlavou.

**V tu chvíli jste taky schopni vymyslet nejlepší nápady.** A já vás prosím, když vás něco geniálního napadne (venku se psem, ve sprše, ve 3 ráno, když se vzbudíte) **ZAPIŠTE SI TO.** Nebudete si to pamatovat do rána, než dojdete domů, než vyšleháte krém. Napište si ten nápad a až budete mít čas, rozepište se. Poskládejte to do brilantního článku. Hlavně si ten nápad nenechte utéct.



## BONUS na konec!

### PIŠTE! PIŠTE! PIŠTE!

I když to nebudou texty pro váš blog, pište. Protože cvik dělá mistra a čím lepší vaše texty budou, tím více vás budou lidi rádi číst a tam přeci vzniká jistá motivace ...

#### Blog = psaní.

Pokud je váš psaný projev na úrovni dítěte první třídy a nemáte nejmenší chuť s tím něco dělat, tak se raději dejte na podcasty nebo videa. Pokud jste ale smířeni s tím, že budete psát a chcete se v tom zlepšovat, není nic lepšího než cvičit. Takže psát, psát, psát, psát až se vám bude od klávesnice kouřit.

Nejdůležitější je překonat odpor. Tak to nazval Steven Pressfield ve své knize Válka umění. A má pravdu chlapec. To, co nás mnohdy zastavuje (nejen) od psaní, je odpor. Nějaká síla uvnitř nás – nějaký démon, který tu naši snahu něco vytvořit, fakt nemá rád.

Takže ta nejtěžší část psaní není samotné psaní, ale ten proces sednout si ke klávesnici a něco NAPSAT. Většinou začneme sjíždět sociální sítě, nebo prostě strašně nutně musíme vyleštit zrcadlo, protože jinak by někdo umřel!

Takže prostě a jednoduše sedněte a začněte psát. Cokoli. To, že to stojí za houby. Že se vám nechce. Nebo si taky trošku nadejte. A pak to tak nějak přijde samo. Prostě začnete psát něco, co bude mít hlavu a patu.

Já to tak prakticovala několik let, když jsem psala newslettery za coworkingové centrum. Tam jsem ve výsledku nepotřebovala moc inspirace. měla jsem jasně dané, co se ten měsíc bude dít, tedy o čem psát. Ale nějaký ten úvod jsem přeci jen vymyslet musela. A většinou to probíhalo nějak takto:

*To ten měsíc zase rychle utekl, že? No jo. Ale čím rychleji to napíšeš, tím rychleji si můžeš dát víno. A ještě před naší obchodní snídaní musím zařídit tohle a tamto. Měsíc, kdo to vymyslel psát měsíční newslettery?! Jako by to někoho zajímalo. No dobře zajímá. Nadechni se. Oukej.*

*Dobře, takže tento měsíc tam máme tohle a tohle. No a hlásí, že bude hnusně. Sakra komu by se chtělo v takovém psím počasí vylézat ven. Ok, tak je nalákáme na dobrou kávu, že si od těch podzimních depek mají přijít odpočinout k nám a načerpat trošku té inspirace ...*

No a pak už to jelo. Úvod byl napsaný raz dva! Ale kdybych vejrala jen do prázdné obrazovky a jenom si v hlavě opakovala, že nevím, jak začít, nenapsala bych to doteď.

## Pár slov na závěr ...

Věřím, že si odnášíte alespoň nějaké nové informace nebo drobné AHA momenty, které ve velkém ovlivní vaše blogování.

A moc vám držím palce s vaší blogovou kariérou na cestě za skvělým obsahovým marketingem!

Přeji vám hodně zdaru při psaní (nejen) blogu a vám teď už nezbývá nic jiného, než zasednout ke svým psacím strojům a začít psát! :)

## E-book pro vás připravila

*Michaela*  
GŘEŠKOVÁ

*Copywriterka a "web stavitelka" v naší firmě EDUWAY.  
Autorka knížky Neštěstí ve štěstí.  
Bloggerka. 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.

Na tvorbu webu i psaní se dneska dívám marketingově.

To znamená, že webové stránky stavím tak, aby sloužily i marketingovým a prodejním účelům, nejen aby byly krásné na pohled. A stejně tak přistupuji k textům. Musí být čtivé, ale musí jim rozumět cílová skupina a musí mít nějaký záměr. Ve většině případů právě prodejní.

S Affiliate marketingem jsem se přátelila ještě dlouho předtím, než to bylo „cool“ a obsahový marketing byl moje parketa ještě dříve, než jsem poznala samotný pojem „obsahový marketing“.

Moje marketingové studium v reálném světě jsem započala, po ukončení studia podnikatelské školy, v coworkingovém centru LoveCoWork.

Poté, co jsem odešla z coworku, věnuji se ještě víc než kdy jindy psaní, blogování a práci na svých projektech. Jeden z nich je e-book, který jste právě dočetli.

K mým největším úspěchům patří publikace mé knihy Neštěstí ve štěstí ([www.nestestivestesti.cz](http://www.nestestivestesti.cz)), kterou jsem začala psát ve 14 letech a následně den před 16. narozeninami ji ukázala světu.

Můj příběh knihy oslovil i Petra Casanovu, který věnoval mému úspěchu úvodník časopisu First Class. Popisuje v něm, jak se on sám ke knize dostal a k čemu ho inspirovala.

A právě na své knížce jsem si testovala své prodejní schopnosti v online světě. Tedy, jak na texty, web a celkovou prodejní online marketingovou strategii, abych produkt dostala k zákazníkům.

*Michaela*  
GŘEŠKOVÁ

[www.miskagreskova.cz](http://www.miskagreskova.cz)  
[miska.greskova@eduway.cz](mailto:miska.greskova@eduway.cz)

**EDUWAY s.r.o.**  
[www.eduway.cz](http://www.eduway.cz)

*Michaela*  
GŘEŠKOVÁ  
[miska.greskova@eduway.cz](mailto:miska.greskova@eduway.cz)  
[www.miskagreskova.cz](http://www.miskagreskova.cz)