

Hvad ingen har fortalt om den effektive blog

Af: **Henrik V Blunck**
www.blunck.dk/blog



Om forsiden

Illustrationerne i tabellen på siden kommer fra disse kilder:

Øverste række

Først John Chows blog - <http://www.johnchow.com>

Vores egen blog - <http://www.blunck.dk/blog>

Cyril Malkas franske blog - <http://www.malka.fr/blog>

Nederste række

Bliv Forfatter - <http://www.blivforfatter.com>

ProBlogger - <http://www.problogger.net>

Tjen penge i din fritid – på nettet - <http://www.blunck.dk/tjenfritid>

Information om denne e-bog

Titel: Hvad ingen har fortalt om den effektive blog

Forfatter: *Henrik V Blunck* – Ruds Vedby – Danmark

ISBN: 87-92533-10-8 / 978-87-92533-10-4

EAN 9788792533104

Tidligere titler

Sådan tjener DU penge på bannerreklamer - €7 - <http://www.seferim.com/banner/>

Tjen penge online – DKR. 149,- – <http://www.blunck.dk/tjen-penge-online/>

Online Indtjening – Trin for Trin – download: €79.94 - <http://www.lulu.com/product/ebook/online-indtjening---trin-for-trin/2751772>

Grab That Cash - €4,94 – <http://www.lulu.com/product/file-download/grab-that-cash/2751552>

Grundlæggende webdesign – tryk: \$9.10 – download: \$3.10 -

<http://www.lulu.com/product/paperback/grundl%C3%A6ggende-webdesign/1089433>

Kristendommens opfindelser – download: €12.39 -

<http://www.lulu.com/product/paperback/kristendommens-opfindelser/3618732>

Indholdsfortegnelse

Om forsiden.....	2
Information om denne e-bog.....	2
Tidligere titler.....	2
Indholdsfortegnelse.....	3
Forord.....	4
Blogningens univers.....	5
Den stigende trafik.....	5
Kvalitetsindhold.....	6
Gode kommentarer.....	7
Fuldt RSS-feed.....	7
Folk følger dine blogs når de ser du bidrager med indhold de kan bruge.....	8
Den gode blog giver en stigende indtjening.....	9
Optimistisk – selv hvis du giver konstruktiv kritik.....	9
Brug de rigtige plugins hvis du selv hoster din blog.....	10
Brug de sociale medier.....	12
Twitter.....	12
Facebook.....	13
StumbleUpon.....	13
Digg.....	14
Brug din signatur.....	15
Brug signaturen i dine e-mails.....	15
Brug flere signaturer i fora.....	15
Brug nyhedsgrupperne med omtanke.....	16
Lav din egen fællesblog.....	17
Eksempler på sådanne blogs.....	18
Konklusion.....	20

Forord

Du sidder nu foran dig med en af de vigtigste e-bøger jeg skriver her i 2010. Den handler om alle de ting som ingen andre har fortalt dig om den effektive blog. Jeg siger tingene ligeud, og jeg håber du nyder den ærlighed jeg har skrevet e-bogen med.

Jeg har gennem årene beskrevet mange elementer i det at tjene penge online. Det ses både i oversigten over tidligere værker, men sandelig også på alle de blogs jeg administrerer. Jeg synes det er vigtigt at dele de erfaringer jeg har gjort mig inden for branchen, og håber du vil suge til dig af det materiale du får på disse 20 sider.

At du sidder med en e-bog som kun har kostet en flad tier er ikke et symbol på, at informationerne er værdiløse. Tværtimod er det min gave til andre, at jeg deler materialet med dem som er parate til at tage handling med det at blogge.

Blogningen vil stensikkert kræve mange timers arbejde af dig i fremtiden, men du vil lynhurtigt opdage, at det alligevel er en af de nemmeste måder at tjene penge på. Der er nemlig en akkumuleret effekt i det at du tjener penge på alt indhold du lægger online. Den artikel du skrev for to år siden kan stadig give dig en indkomst. På den måde er der intet der er spildt, for alt forbliver aktivt på bloggen.

Du får vist en del tips om de sociale medier, og jeg håber du vil læse e-bogen grundigt. Jo bedre du implementerer det jeg fortæller dig, jo mere vil du komme til at tjene.

Lav en kande kaffe eller the, og nyd læsningen. Tag notater hvis du har printet e-bogen, og gå derefter i gang med de muligheder blogningen giver dig.

God læselyst.

Henrik V Blunck
Ruds Vedby, den 21. juni 2010

Blogningens univers

Som du kan se af forsiden er der mange forskellige typer design i blogningens univers. Der kan ikke sættes noget direkte lighedstegn mellem designvalg og indtjening.

Til gengæld er der flere ting de effektive blogs er **fælles** om:

- Effektive blogs har **stigende trafik**
- Effektive blogs har **kvalitetsindhold**
- Effektive blogs **får gode kommentarer**
- Effektive blogs har **fuldt RSS-feed**
- Effektive blogs **følges når andre ser du bidrager med indhold de kan bruge**
- Effektive blogs **giver en indtjening til forfatteren**
- Effektive blogs er **optimistiske**
- Effektive blogs er bagved **suppleret med de rigtige plugins** hvis du selv hoster bloggen

Den stigende trafik

Da jeg første gang kom forbi de 100.000 besøgende på familiedomænet var jeg stolt. I dag har jeg tredoblet denne trafik. Flere af de ting du lærer om i denne e-bog virker – både på kort og langt sigt.

Når du skal i gang med din første blog tror du stensikkert, at det vil tage evigheder før din blog bliver besøgt, men dér tager du fejl. I kapitlet **Brug de sociale medier** fortæller jeg mere om hvordan de sociale medier kan være med til at øge din trafik.

Faktisk kan den stigende trafik komme som en tilfældighed.

Da jeg i sin tid lavede bloggen **Ugens Vitser** [<http://ugensvitser.blogspot.com/>] var det baseret på, at jeg alligevel samlede de bedste vitser i en ugentlig e-mail til min svigerfar (og et par venner) når han var ude at sejle. Da han blev fyret som hovmester valgte jeg alligevel at fortsætte bloggen, for pludselig havde jeg set, at der kom en del penge ind på denne blog.

Bloggen har eksisteret siden december 2007, og har til dato genereret flere tusinde kroner. I dag ligger den gennemsnitlige daglige indtjening på 18-25,-. Det tager kun knap halvanden time at indsætte vitserne til planlagt udgivelse mandag-fredag hele måneden frem, og senest har jeg allerede lagt vitser ind til midt i juli måned. 90 minutter til ca. 750-1.000,- er vel ikke nogen helt tosset timeløn, vel? ☺

Det er altså ikke kun den planlagte niche der viser sig at give penge. Du bør lade hjertet og passionen styre hvad du vil beskæftige dig med i stedet for, at begynde på diverse nøgleordsanalyser og tjek af bud pr. annonce på AdWords. **Det er nemlig et velkendt faktum, at de fleste blogs stopper når der kommer en midlertidig nedgang i indtjeningen på en ellers rentabel blog.** Mange af de blogs der har stort potentiale er i dag "døde" blogs, bl.a. fordi forfatteren var for stolt til at søge hjælp med at få skabt liv i bloggen. Hvordan du kan få liv i en død blog kommer jeg ind på i kapitlet **Lav din egen fællesblog**.

Meget af trafikken ligger i det at vælge det rigtige navn på din blog. Jeg skriver – ganske gratis – om det at søgeoptimere sine websteder på bloggen **SEO for begyndere** [<http://seo-for-begyndere.blogspot.com/>]. I den forbindelse bør du også være specielt opmærksom på, at hvis dit ønskede domænenavn er optaget, så kan du f.eks. oprette din blog på www.blogger.com. Tidligere var der mindre muligheder for tilpasning af dit design på dette blogsystem, men de har faktisk forbedret deres designmuligheder væsentligt siden jeg lavede de første blogs på dette gratis system.

Til gengæld bør du holde fast ved de blogs du opretter på Blogger-systemet, for når først folk begynder at linke til din blog vil du tabe mange faste læsere hvis du skifter adressen på bloggen. Der sker nemlig det, at mange følger dine blogs via RSS, og det er kun de færreste som opdager, at der ikke kommer nye indlæg fra dig. Så selvom du måske har skrevet at nu flytter du til et nyt domæne, så risikerer du at mange overser dette – evt. på grund af ferie – og så har du tabt en stor del af den trafik du lige har brugt energi på at skabe.

Opsummering:
En passion = en blog
Flere passioner = flere blogs

Selv tilfældigt oprettede blogs kan få succes.

Når du først har skabt trafik til en blog, så skal du bevare bloggernes adresse.

Kvalitetsindhold

Når du blogger er du en forfatter der skriver korte tekster. De skal stadig være hamrende gode, og du skal altid gøre dit bedste for at gøre hver artikel til en læseværdig tekst. Men de skal frem for alt kunne læses hurtigt og nemt.

Nogle vil aldrig blive gode bloggere, for de kan ikke fatte sig i korthed. Korte og præcise tekster er det primære krav til en god blog. Du kan sagtens skrive 4-800 ord om et bestemt emne uden at trætte folk, men begynder du at skrive længere tekster end det, så viser erfaringen, at folk mister interessen, og surfer videre.

Du må være klar over hvem din målgruppe er. **De læser måske din blog fra arbejdet i frokostpausen, og til det formål bør dine artikler være korte, præcise og relevante for målgruppen.** Historier der går helt tilbage til Adam og Eva kan være spændende nok for dem som ønsker den slags, men er ikke nødvendigvis relevante hvis du vil beskrive hvorfor du er tilhænger af en bestemt ledelsesteori set i forhold til en nyhed du lige har set på skærmen eller læst på en anden blog.

Det er, som med kommentarer, altså af yderste vigtighed, at du lærer at sige tingene ligeud. Meget gerne en flydende stil som gør, at læserne nemmere kan følge din tankegang.

Hvis du absolut SKAL beskrive et længere emne, så gør dit budskab til en artikelserie hvor du om mandagen fortæller at i denne uge vil du beskrive emne XYZ, og at du har en disposition. Fortæl læserne om din disposition, og lav dernæst en opfølgning i slutningen af din serie. Så kan alle følge din tankegang, og du får så givet folk noget kvalitetsindhold i små bidder der er nemme at fordøje.

Opsummering:
Skriv kort og præcist – relevant indhold til din målgruppe

Gode kommentarer

En god blog får gode kommentarer – men stensikkert også meget spam. Lad være med at åbne op for alt muligt spam. Det gavner ikke din søgeoptimering, hvis du begynder at reklamere for Viagra, poker-sites eller penisforlængelser og alt det andet gejl folk forsøger at linke til i spam-kommentarer.

John Chow har skrevet en engelsk e-bog ”The Ultimate Blog Profit Model” som du kan hente ganske gratis herfra: <http://www.blogprofitcamp.com/ListMachine2/?ref=qcrvtku>
John Chow er velkendt i blogningens univers for at have spist mange underlige ting igennem tiden, og han har i dag en ret succesfuld blog. Den har kostet ham blod, sved og mange AdWords-dollars at skabe, og selv i den gratis e-bog fortæller han, at mange af hans besøgende er nye besøgende.

Det tip du til gengæld godt kan bruge fra hans e-bog handler om at få de første kommentarer.

Du kan bede venner, familie og andre om at komme med en kommentar i ny og næ, men du kan – rent faktisk – også skrive en kommentar under et alias, hvis du efter en dags tid uden kommentarer gerne vil have sat skub i kommentarerne.

Problemet er nemlig at mange er for generte til at skrive den første kommentar!

”Hvad er problemet med kun at fokusere på nye besøgende?” tænker du måske. Det er faktisk, at en god blog også skal være værd at læse for de folk du allerede har fået gjort nysgerrige. Jeg deler fuldt ud John Chows analyse af hans blog-læsere, for jeg erkender også, at det er sjældent jeg læser hans blog. Det er kun når der kommer et vigtigt tweet, at jeg besøger hans blog, og det undrer mig en smule, at han ikke selv har tænkt over hvordan han kunne bevare sine bloglæsere.

Hvis du gider at fastholde kvaliteten i det du skriver kan du sagtens få tilbagevendende læsere til at fastholde interessen frem for at bloggen alene bliver et sted hvor nogle bruger hans blog til at komme med kommentarer for at få backlinks. Det vil give ham en ekstra indtjening. Men nu er han jo ikke én der kan læse dansk, så han får næppe gavn af den forklaring jeg så til gengæld giver dig.

Jeg mener ikke det kan betale sig, at bruge AdWords til at tiltrække sig nye læsere når der i forvejen er så mange andre måder du netop kan øge din trafik. Tredoblingen af min egen trafik taler sit eget klare budskab. De rigtige metoder virker, og du bør hellere fokusere på SEO og kvalitetsindhold for at nå dine mål. Så kan du, helt gratis, komme til at tiltrække dig tilbagevendende læsere, som med tiden også vil begynde at skrive gode kommentarer når de ser, at dine blogs scorer højt i søgemaskinerne, og derved bliver et godt medie at få backlinks via kommentarer fra.

Opsummering:

Mange er for generte til at skrive den første kommentar. I starten kan du hjælpe dette på vej ved at få venner og familie til at give en kommentar.

Når der ikke er skrevet en kommentar efter cirka en dag, kan du selv sætte processen i gang med et alias, og hvis du fokuserer på godt indhold vil dine læsere efterhånden finde det attraktivt at skrive kommentarer på din blog.

Fuldt RSS-feed

Jeg var selv skeptisk første gang jeg hørte om at det bedst kunne betale sig at levere fulde RSS-feeds. Jeg tænkte, at når nu folk læste ens artikler via RSS så ville jeg få mindre indtjening fordi folk følgelig ikke så mine annoncer. Jeg tog fejl, og derfor deler jeg nu erfaringen med jer, der læser

denne e-bog.

Det viser sig nemlig, at folk ikke altid gider læse din artikel i det lille vindue du får i en e-mail klient som f.eks. Thunderbird. De klikker videre til din artikel på bloggen, og selv for dem som ikke gør kan du nu tilføje Adsense-reklamer i dit feed samt tilføje en relevant bannerreklame i dit feed.

Som jeg har beskrevet i e-bogen [Sådan tjener DU penge på bannerreklamer](#), så er det ikke altid Adsense der klarer sig bedst i netop din niche. Til gengæld kan du sagtens finde gode bannerreklamer, som kan give dig en ekstra indtjening på de blogs hvor du ellers ville have en meget lav indtjening.

HVIS du endelig kører med korte RSS-feeds, så skal du huske at gøre din indledning endnu bedre end dem som medtager hele RSS-feedet, for dit indhold skal være langt bedre for at motivere til et klik når folk kun kan se et meget lille stykke af dit indhold.

Opsummering:

Det betaler sig at levere et komplet RSS-feed.

Hvis du kun kører med et kort RSS-feed skal dit indledende afsnit være langt bedre for at folk gider læse resten.

Folk følger dine blogs når de ser du bidrager med indhold de kan bruge

Folk er alle egoister. Det er vigtigt at indse før du kan påvirke nogle af de ting der ændrer andres adfærd. Hvis du vil sælge en vare skal varen være af en kvalitet som passer til prisen – eller gerne være endnu bedre end prisen. Det samme gælder, at folk ikke linker til blogs de ikke gider læse...

Nogle tror det nærmest er en selvfølge at andre linker tilbage til dig bare fordi du linker til dem. Det er ikke nødvendigvis tilfældet, for hvis den du linker til synes du skriver noget skrækkeligt bavl, hvorfor skulle han/hun så linke til dig?

Derfor er det vigtigt at have en strategi der hedder at du altid tænker dig om en ekstra gang før du trykker på Udgiv-knappen. Læs din tekst igennem, ret stavfejlene, rediger teksten de steder hvor noget ikke lyder naturligt og flydende når du læser teksten igennem. Hvis du gør et ordentligt forarbejde når du meget længere end hvis du regner med at kunne skyde genvej forbi kvalitetssikringen.

En god blog får links i andre bloglister/blogrolls. Det er jo gratis at linke til hinanden, men vi vil jo ikke plastre vores blogs til med værdiløse links. Alt skal tænkes ind i et overordnet mål om at indholdet på din blog skal være godt, unikt og værd at læse.

Opsummering:

Sørg for at tjekke din artikel FØR du trykker på Udgiv.

Forvent ikke at andre linker til dig blot fordi du linker til dem.

Gør det attraktivt at tilføje et link til din blog. Folk vil have kvalitet.

Den gode blog giver en stigende indtjening

Den gode blog får flere besøgende:

1. Du har *en fast læserskare*
2. Du har *tilbagevendende læsere, som læser de fleste af dine artikler*, men ikke alle
3. Du har *tilbagevendende læsere, som læser de artikler de bliver nysgerrige af at læse om*
4. Du har *nye læsere som bliver til en af de foregående tre grupper næste gang du skriver*

Den dårlige blog fokuserer kun på en enkelt af disse grupper. Den bedre blog fokuserer på flere af disse grupper – og de bedste blogs stræber efter at få folk i alle 4 kategorier.

Der er nemlig ikke noget forkert i, at du ikke kan være enig med alle. Nogle vil afvise din blog alene fordi de er uenige med dig. Dem om det. **Du kan ikke tiltrække alle menneskers opmærksomhed.**

Til gengæld kan du godt fokusere dine artikler således at du viser en overbevisning om det emne du skriver om. Markedsføringsfolk kalder det branding. Branding drejer sig om at skabe associationer. Hvis nogen taler om Adsense tænker mange af os straks på Joel Comm. Hvis nogen taler om Affiliate Marketing vil det typisk være Marlon Sanders eller Mike Filsaime de fleste tænker på. Hvis du siger Mikkel deMib Svendsen tænker jeg straks på den røde jakke, hvis du siger Martin Thorborg tænker jeg på Thorborgs Talkshow og Danmarks bedste idé osv.

Du bør også have dit eget varemærke – uanset om det er på den ene eller den anden måde. Hvis du ikke selv skaber et brand ender du nemlig med at andre bestemmer hvordan dit brand kommer til at se ud. Det er sket for flere politikere. Poul Nyrup er kendt for cykelhelmen og Marianne Jelved for sine håndtasker. Skarpere profiler har selv skabt deres brand – og har derved været med til at forme den opfattelse vi har af dem.

Som blogger vil du opdage, at din indtjening på reklamer stiger i takt med din trafik. Din trafik stiger i takt med at du bliver ved med at skrive godt indhold på din blog.

Opsummering:

**Du bør fokusere på alle fire grupper besøgende – de faste og de nye læsere.
Giv din blog dit helt personlige præg. Branding er vigtig for at folk kan huske dig.
Jo mere trafik jo mere indtjening. Giv trafikken en god grund til at besøge din blog ved at skrive godt indhold regelmæssigt.**

Optimistisk – selv hvis du giver konstruktiv kritik

Der er situationer hvor du er nødt til at sige noget negativt om et emne. Husk altid at være konstruktiv i din kritik. Selvom du har noget negativt at sige kan du sagtens gøre det i et pænt sprog og på et sagligt grundlag.

Der er dog én ting du bør huske: sig ALDRIG noget grimt om dine konkurrenter.

Lad det hellere være op til dine besøgende at se din mere seriøse vinkel på sagerne frem for nogensinde at henfalde til fristelsen at give igen på mudderkast. Det nytter ikke noget at begynde på det skråplan for dine besøgende gider ikke brok og problemer. Tænk på de i forvejen sikkert selv har en masse ting at kæmpe med. Hvis du også begynder at være en del af deres problemer, så mister du deres interesse den dag de begynder at rydde op i de ting som gør dem frustrerede.

Der er nemlig mange – især inden for erhvervslivet – som tror at bloggen er en brokskuffe. Det er ikke nogen holdbar løsning i det lange løb, og i hvert fald slet ikke hvis du ønsker at tjene penge på den trafik du skaber til din blog.

Hvis et firmas profil bliver negativ kan der sågar være tale om en direkte negativ værdi ved en blog, og så er firmaet faktisk bedre tjent med slet ikke at have nogen blog.

Bloggen bør være et fristed i den forstand at den gerne skulle inspirere og motivere læserne. Hvis den ikke inspirerer konstruktivt er det ikke sikkert at dine besøgende kommer tilbage, og det bør du også tænke over når du trykker på Udgiv-knappen.

**Opsummering:
Vær optimistisk.
Vær konstruktiv når du er kritisk.
Husk at dine artikler gerne skulle inspirere og motivere før du trykker Udgiv.**

Brug de rigtige plugins hvis du selv hoster din blog

MaxBlogPress [ref: <http://www.maxblogpress.com/plugins/mpo/>] er et plugin jeg personligt kan anbefale, for dette plugin kan virkelig redde dig fra nogle af de problemer der ellers normalt er forbundet med WordPress som blog-software. Hver gang du retter en artikel udsendes der et nyt ping, og det er ikke nødvendigvis altid så heldigt. Hvis du laver mange rettelser risikerer du at skabe kaos i nogle af de systemer som derefter automatisk sætter dig i karantæne, og så får du slet ikke den ønskede effekt af pingningen – nemlig at få gode backlinks til dine nye artikler.

BrokenLinkChecker [ref: <http://w-shadow.com/blog/2007/08/05/broken-link-checker-for-wordpress/>] er et plugin som gør dig opmærksom på hvis nogle af dine udgående links på din blog ender med en ”siden er ikke fundet” (såkaldt 404-side), og der er to gode grunde til du ikke ønsker sider der ikke fører nogen steder hen: for det første, at du derved generer folk med links der irriterer dem når der ikke er noget på den side du linker til, men samtidig også fordi det får din side til at virke uprofessionelt at du ikke har styr på alle dine links på din blog.

Odiogo [ref: <http://www.odiogo.com/>] er et plugin som giver dig mulighed for at få læst en tekst op, og det gælder i særdeleshed for det engelske publikum – altså hvis du skriver en blog på engelsk. Med dette værktøj kan du også være sikker på at de som læser knap så godt kan være med, da de fleste som regel forstår det oplæste engelsk endnu nemmere. Samtidig kan dine besøgende lave andre ting mens teksten bliver læst op. Det kunne være relevant for dem som besøgte din blog via deres iPad eller andet mobilt udstyr.

Dagon Sitemap Generator [ref: <http://www.dagondesign.com/articles/sitemap-generator-plugin-for-wordpress/>] er et plugin som giver mulighed for at generere et sitemap, som hjælper søgemaskinerne med at finde rundt på din side. Dette kan være særdeles praktisk på blogs med mange undersider for at være helt sikker på, at søgemaskinerne får det hele med.

Random Featured Post [ref: <http://www.mydollarplan.com/random-featured-post-plugin/>] er et plugin som er velegnet hvis du gerne vil have at artikler bliver særligt fremhævede, og der findes også et plugin som kan vise relaterede artikler – det såkaldte **WP Related Posts** [ref: <http://wordpress.org/extend/plugins/wordpress-23-related-posts-plugin/>] som viser artikler der ligner den artikel folk får i deres RSS-feed.

SEO Booster Lite [ref: <http://cleverwp.com/plugins/page-2-seo-booster/>] er et supergodt plugin hvis du gerne vil have et plugin der kan hjælpe dig med at præsentere dine nøgleord bedre end du måske lige selv fik tænkt over da du skrev dine tags lige under Udgiv-knappen.

Forskellige plugins har hver sine funktioner, og det er ikke sikkert du har brug for dem alle. Der gælder en vis smag og behag i alt dette – og for nogle læsere er der sikkert andre plugins I selv har haft gode erfaringer med. Jeg har vedlagt links til de præsenterede plugins så I selv kan læse om dem, og så kan I selv danne jer en mening.

Opsummering:

Plugins udvider WordPress' funktioner.

Brug de rigtige plugins for at skabe overblik over din blog – særligt med hensyn til links.

Hvis du skriver på engelsk, kan Odiogo hjælpe med at læse teksten op.

Hvis du selv bruger andre plugins kan du selv tjekke hvad der er bedst for der er links ved hvert plugin jeg har præsenteret.

Brug de sociale medier

Når du skal have gang i din blog er det en rigtig god idé at fortælle andre om din blogs eksistens. Fordelen ved dette er dels at du får venner til at besøge din blog, og derved måske får afledte besøg når de fortæller andre venner om din blog. Samtidig er det også en fordel at Google – og andre søgemaskiner – læser med på de sociale medier. Du er allerede i gang med at opbygge links til din blog, og får derved sendt en appetitvækker ud til søgemaskinerne også.

Nu tænker du garanteret: *”Hvorfor skal jeg belemre mine venner med min blog?”*

Hvis du gør det er du garanteret i gang med at skrive om det forkerte emne, eller også har du de forkerte venner, for hvorfor skulle dine venner dog være kede af at høre om hvad du foretager dig? **De burde da være naturligt interesserede i at følge med i hvad der foregår i dit liv.**

Hvis nu din onkel en dag sidder og taler med en IT-nørd så var det da meget relevant at han kunne fortælle om din blog, for denne IT-nørd kender højst tænkeligt rigtig mange med lignende interesser. **Viral markedsføring handler om at have indhold der er værd at dele, og det gælder både videoer, podcasts, blogartikler m.v. Der er ingen grænser for hvad der kan blive viralt hvis du altså sørger for f.eks. at have en lille ikon på din blog så folk kan sende din artikel pr. e-mail.**

Twitter

Et af de steder hvor information virkelig kan komme hurtigt frem er Twitter. Et tweet består af 140 tegn, og disse kan videregives via det såkaldte ”re-tweet” som giver dig mulighed for at viderebringe ting som du mener kunne være relevante for din egen målgruppe.

Twitter har været brugt i mange sammenhænge. Folk har tweetet om den amerikanske valgkamp da Obama stod til at blive valgt, jordskælv er blevet annonceret længe før nyhedsmedierne kunne nå at følge med, og i det hele taget er Twitter vokset med hidtil uset fart.

Nogle påstår, at Twitter ikke helt er faldet til hos danskerne, *og det vil jeg påstå kun er et spørgsmål om tid, og så har det meget at gøre med hvilken niche du befinder dig i.* Det er et super værktøj til at finde svar på sine spørgsmål, og det kunne jo være ret lækkert hvis et spørgsmål du ser kan besvares med et link til din blog, ikke sandt? ☺

Darren Rowse, også kendt som ProBlogger, annoncerer mange af sine blogartikler på Twitter, heriblandt også de jobannoncer han tilbyder på sin blog. Han har skrevet en bog om hvordan du forbedrer din blog på en måned, og i den forbindelse er det således især folk der skriver, der er hans niche. Derfor er der mange informationskilder som netop bruger ProBlogger og hans blog til at finde talenter inden for skrivningen. For os danskere kan det så godt være irriterende at mange af de gode tilbud kun er tilgængelige for folk med bopæl i USA. Men ikke desto mindre er han et godt eksempel på hvordan du kan bruge Twitter til at skabe omtale for din blog.

Opsummering:

Med Twitter kan du sprede kendskabet til din blog lynhurtigt.

Ved at re-tweete deler du indhold du synes er relevant med dem som følger dig.

Husk at et socialt medie som Twitter ikke KUN er et RSS-feed. Del ting med andre.

Facebook

Et andet sted du også kan annoncere din blog er Facebook. Uanset om du selv bruger Facebook så er det et socialt netværk med rigtig mange brugere. Her kan du, ligesom på Twitter, få dine budskaber ud langt hurtigere end via andre kilder. På Facebook er du ikke begrænset af grænsen på de 140 tegn, og du kan få miniature-billede af dit site med når du deler et link på Facebook.

Der er delte meninger om hvorvidt der findes bedre steder end Facebook. Hvis du foretrækker en anden kanal kan du jo fortsætte med at bruge den, og så supplere med en profil på Facebook.

Det mange glemmer med de sociale medier er det faktum at det IKKE alene skal være et RSS-feed. Du er nødt til at levere relevant information, dele sjove erfaringer og tale med i nogle af de diskussioner som foregår for at det også har en effekt når du ind i mellem indføjer et link til en artikel, en ny blog, en ny idé m.v.

Det er således ikke at Facebook ikke virker, men som regel mere fordi du bruger Facebook forkert, at du ikke får den ønskede effekt.

Hvis du gerne vil vide mere om Facebook, så kan e-bogen **Facebook Social Ads – The New AdWords** godt anbefales. Den kan du hente herfra: <http://blunck.dk/recommends/facebook/>. E-bogen er naturligvis mest relevant hvis du vil annoncere på Facebook hvorimod den sagtens kan undværes hvis du bare vil i gang med at bruge Facebook. De fleste ting lærer du hurtigt ved at se hvordan andre opfører sig på Facebook.

Opsummering:

Facebook er et socialt medie – for at få succes på mediet må du selv være social.

Facebook er ikke dit RSS-feed.

Facebook har mange brugere, og hvis du vil annoncere kan dit budskab komme ud til en meget præcis målgruppe hvis du lærer at ramme gruppen – både i det du deler og annoncerer

StumbleUpon

StumbleUpon er ganske genial i den forstand at du løbende kan klikke på de steder du besøger på nettet som du enten synes godt eller skidt om, og tilkendegive din holdning. Det er jo en god ting når andre – med lignende interesser – bagefter får præsenteret ting som I dermed begge vil synes om.

Det er derfor en rigtig god idé at bruge både StumbleUpon og Digg til at profilere din blog. **Ganske mange har oplevet en drastisk stigning i deres trafik, og særligt hvis du i tekstfeltet der kommer frem når du giver karakter på StumbleUpon vælger den rigtige kategori.** Ingen grund til at fortælle advokater om sytilbehør – uanset at der sagtens kan være advokater som i fritiden syr... **At segmentere handler om at ramme den rigtige målgruppe, og effekten kan blive ganske væsentlig når du lærer at gøre det rigtigt.**

StumbleUpon udsender ugentlige nyhedsbreve, og med dem kommer der også links til relevant indhold. Det styres alt sammen af en database, og det kan du rent faktisk udnytte til din egen fordel. Når du selv får markeret din blog, og måske får et par hundrede til at gøre det samme via Facebook eller Twitter, så kan det pludselig blive til rigtig mange links da der måske er andre blandt deres venner som også deler netop dit link. Den bedste måde at gøre dit link attraktiv er jo netop det gode indhold, som derved giver folk lyst til at dele, og anbefale, din blog.

Digg

Digg ligner på mange måder StumbleUpon, så jeg vil ikke beskrive det nærmere – andet end blot sige, at du naturligvis bør bruge begge medier for at få den optimale effekt af dine links. De sociale medier handler om de rigtige medier til det rigtige indhold – men bestemt også at bruge de medier andre bruger.

Opsummering:

StumbleUpon og Digg er gode steder at profilere din blog fordi ganske mange leder efter relevant indhold via disse medier.

I stedet for kun at satse på et af disse medier, kan du lige så godt satse på BEGGE medier og derved få en større effekt af link til din(e) blog(s).

Brug din signatur

Når du gerne vil have folk til at klikke sig frem til din blog, så er en af de mest oversete metoder brugen af ens signatur.

Brug signaturen i dine e-mails

Hvis du nu er mekaniker, og gerne vil bruge hver mail som en inspiration til at klikke sig videre kunne du vælge mellem en af følgende signaturer i dine e-mails:

<i>Model 1</i>	<i>Model 2</i>
— Med venlig hilsen Børge Svendsen Autovej 1 9240 Bilby www.bilmekaniker.dk/bilby	— Med venlig hilsen Mekaniker Børge Svendsen Autovej 1 9240 Bilby Vil du vide mere om tips og ideer til din bil? Læs min blog: www.bilmekaniker.dk/bilby

Hvilken af de to signaturer tror du inspirerer til et klik? Naturligvis signaturen med en kort beskrivelse, hvorimod det andet ikke fortæller spor om hvorfor du skulle klikke dig videre...

Opsummering:

Fortæl folk noget de kan bruge i din signatur, og giv dem chancen for at gå direkte derhen ved at give dem et link i din signatur.

Brug flere signaturer i fora

På samme måde som signaturer i e-mails, så kan du også få stor gavn af differentierede signaturer i fora. Du vil nok gerne linke til den ene blog på et forum, og en anden blog i et andet forum. Selv hvis du kun har én blog, så kan du linke til andre relevante ting såsom f.eks. en artikel du lige har skrevet på en artikeldatabase som EzineArticles.

Signaturer er din ”gratis” reklameplads, og jo bedre et indlæg du skriver, jo mere sandsynligt er det at folk blive interesserede i hvad du ellers render rundt og foretager dig.

Signaturer er den mest oversete faktor, og mange kunne spare rigtig mange penge ved at bruge dette område langt mere effektivt.

Det handler nemlig om flid. Den tid du bruger på din signatur kommer flerfoldigt igen, fordi du med signaturen viser din helt personlige reklame. Mange har slet ikke opdaget effekten af den gode signatur – men jeg synes nu alligevel jeg gerne vil dele dette med jer, der læser denne e-bog.

Brug nyhedsgrupperne med omtanke

Du kan også bruge opslagsgrupper til at annoncere dels etableringen af din blog, men også specielt interessante artikler. Når folk stiller spørgsmål i nyhedsgrupper så gør de det som regel blandt MEGET interesserede folk. Nyhedsgrupperne er blandt de mest oversete faktorer i at få gode backlinks, og du kan faktisk hente store fordele ved at bruge disse grupper.

Fora har ofte diverse begrænsninger, f.eks. at du skal være plus-medlem for at kunne linke til dig selv i signaturen. Mange forsøger at komme omkring dette ved at skrive reklametekster i selve teksten for at omgå den slags regler. Det devaluerer mange fora fordi der så er en klassesdeling hvor nogle får lov til at lave reklame i indlæg mens andre bliver blacklistet straks det sker.

Det kan du alt sammen gå langt uden om ved at bruge nyhedsgrupperne. Der har du 4*72 tegn til din signatur som skal indledes med tegnene: bindestreg bindestreg mellemrum

Nyhedsgrupperne har længe været et foretrukken medie blandt dem med specielle interesser, fordi de her kan få specialist-feedback på deres spørgsmål.

Bemærk dog også, at der kan være stor forskel mellem de enkelte nyhedsgrupper. Nogle nyhedsgrupper er gode til specialistviden mens andre bærer præg af alt for meget støj. Alle de irrelevante informationer er også en af grundene til jeg anbefaler alt-hierarkiet til særligt udenlandske blogs. Der kan du lægge opslag op uden der er nogen der blander sig, og hvis de endelig gør, så er det som regel med konstruktiv kritik du kan bruge fornuftigt i din videre profilering af dine sider.

Opsummering:

Nyhedsgrupper kan være et godt sted at annoncere nye blogs samt relevante artikler.

Brug alt-hierarkiet til at slå f.eks. en engelsk blog op.

Nyhedsgrupper er ideelle fordi du har at gøre med et klart segment – folk tilmelder sig baseret på en interesse for det enkelte emne.

Husk, at dit indhold FØR signaturen afgør hvor interesserede folk bliver i at følge linket i selve signaturen.

Lav din egen fællesblog

Hvis et bestemt emne begynder at blive en smule kedeligt for dig, kunne du måske invitere dine læsere til at blive gæstebloggere. Gæstebloggere giver din blog nyt indhold, samtidig med at det gavner den som skriver et indlæg med mulighed for link til sine egne aktiviteter.

Du kan aftale flere former for motivation:

- I kan dele indtjeningen på bannerreklamerne
- I kan dele indtjeningen på Adsense-reklamerne – f.eks. via Adsense Revenue Sharing plugin [ref: <http://wordpress.org/extend/plugins/adsense-revenue-sharing/>]
- I kan dele indtjeningen på annoncer fra sponsorer
- I kan aftale, at forfattere for hver ti artikler får et link i din blogroll. Inspirerer til mere indhold.
- I kan aftale jeres helt egen model

Uanset hvilken model du vælger kan det absolut være bedre end bare at opgive en blog bare fordi du er ved at tabe pusten.

Det er meget vigtigt at se sådan en fællesblog som en fælles investering i det indhold du allerede har lavet. Det kan sagtens være, at du aldrig mere selv kommer til at skrive om det ene emne, men hvorfor ikke have bloggen klar, hvis du pludselig bliver inspireret igen? Hold kvaliteten i top imens.

Jeg har set talrige folk opgive – helt uden varsel. Når jeg bagefter har spurgt hvorfor de ikke har oprettet en fællesblog har undskyldningerne været mange, men alligevel meget ens:

- ”Jeg kender ikke nogen der gad. Jeg vil satse på det engelske marked.”
- ”Jeg vidste ikke der var nogen der var interesserede.”
- ”Det burde jeg have tænkt over”
- osv.

Fælles for ovenstående er, at der er tale om meget dårlige undskyldninger. En af forfatterne jeg foreslog dette til kendte godt modellen, men brugte den første undskyldning. Den værste af alle undskyldninger – *særligt når man bagefter betænker at han havde skrevet mange indlæg.* Hvis han havde skrevet at han ville lave sådan en fællesblog ville folk kunne tilmelde sig løbende, og indholdet ville blive ved med at være opdateret. At jeg endvidere mistede et indlæg jeg selv tidligere havde skrevet præcist til denne ene blog er en anden ting der irriterer mig.

Men jeg har så bare lært altid at gemme en kopi af det jeg skriver. Omend jeg jo altid kan skrive det på ny, hvis det er. ☺

Opsummering:

Bevar værdien af dine artikler ved at omdanne en sløv blog til en fællesblog for at reaktivere det indhold du allerede har lavet.

Aftal rammer for samarbejdet med dine medforfattere.

Sørg for ny trafik ved at tweete om den ændrede blog for at skabe ny opmærksomhed.

Sørg for at holde justits med kvaliteten af det der skrives, så kvaliteten er i orden.

Eksempler på sådanne blogs

Der er faktisk flere blogs der i dag er blevet til fællesblog af ovenstående grund. Den oprindelige forfatter, Britt Malka – forfatter til talrige IT-hæfter via Libris – har omdannet to af sine blogs til fællesblogs hvor flere skriver, samtidig med at hun selv lejlighedsvis skriver en artikel eller to:

Godteposen – www.godteposen.com

Godteposen er stedet hvor du får masser af tips til spørgsmål om IT. Bloggen supplerer det arbejde Britt i forvejen har gjort på Tips & Tricks [ref: <http://www.tips-og-tricks.com/>], og der kommer regelmæssigt nye indhold på fællesbloggen. Der er aftalt deling af Adsense-reklamerne således at det skifter mellem blogejerens og skribentens Adsense ved hjælp af det Adsense-plugin jeg nævnte ovenfor.

Her er et billede af forsiden af den blog:



Illustration 1: Forsiden på Godteposen.com

Hvis du kigger forbi bloggen får du en idé om den variation i artikelmængden, og det fortjener stor ros, at artiklerne også er velskrevne. Der er stor bredde i programmerne der beskrives, og alle er velkomne som nye skribenter hvis de har interesse for computere og diverse programmer, hjemmesider m.v.

Netpenge – www.netpenge.info

Netpenge er stedet hvor du får en masse at vide om det at tjene penge på nettet, og jeg skal straks erkende, at jeg også er iblandt dem som lejlighedsvis bidrager med et indlæg eller to. Bloggen har den fordel at den giver en masse forskellige ideer til online indtjening samtidig med at du også får en stor variation i det at flere bidrager med artikler.

Det eneste som godt kan undre er at mange som beskæftiger sig med online indtjening ikke selv har opdaget hvor meget der kan hentes – både i forhold til backlinks, men også det med at profilere sig blandt en helt ny læsergruppe.

Hvis bare halvdelen af dem som læser denne e-bog tager ved lære af principperne jeg har fortalt om her, så er der virkelig mulighed for at skabe sig en online profil. Husk: jo bedre og bredere du brander dit navn, jo bedre er dine chancer også for at skabe ekstra salg af de gode produkter du finder og som du fortæller om. Det er altså den rene win-win situation at behandle alle artikler seriøst, og satse på kvalitet på alle fronter.

Du kan se bloggens forside her:



Illustration 2: Forsiden på Netpenge-bloggen

Der er også plads til endnu flere forfattere på den blog, og det kendetegner jo netop ideen bag en fællesblog. Jo flere der skriver jo mere attraktivt bliver det at følge bloggen.

Opsummering:

Du har nu set to fællesblogs. Disse er ikke så udbredte endnu på dansk, men tendensen skal nok komme.

Hvis du har noget på hjerte kan en artikel på en fællesblog brande dig iblandt en ny læzerskare.

Skriver du rigtig godt hver gang øger du dine chancer for ekstrasalg.

Fællesblogs kan være en god måde at tjene penge på – samtidig med du bygger backlinks.

Konklusion

Nu har du læst e-bogen, og jeg håber du allerede nu er blevet inspireret til handling. De værktøjer du har fået virker både på kort og langt sigt. Det korte sigt ser du allerede når du tweeter om et nyt indlæg, og ser trafikken komme til din blog. Det lange ser du efterhånden som du får en fast, og tilbagevendende læserskare, som glæder sig hver gang du skriver en ny artikel.

Du har nu opdaget, at artikler kræver flid, men også at det giver langt bedre trafik når kvaliteten er i orden.

Hvis du havde forventet at du kunne tjene penge online helt uden at gøre en indsats så kunne du også vælge at oprette en blog der automatisk henter sit indhold ud fra RSS-feeds fra andre blogs. Grunden til jeg dog ikke anbefaler metoden er, at du *risikerer* at blive fjernet helt fra Google's søgeindeks hvis du bliver opdaget. Om du bagefter stædigt forfølger den automatiske variant er helt op til dig selv. Jeg mener personligt det er tyveri, og ingen ville normalt tage indhold fra andre uden at skrive hvorfra indholdet kommer. Det drejer sig om simpel moral og etik. Det betaler sig ikke at snyde, og derfor mener jeg også kun, at jeg kan beskrive metoder jeg selv véd fungerer.

Når du begynder på dine egne blogs vil du lynhurtigt opdage, at det bliver smaddersjovt at blogge. Du deler indhold med omverdenen, og at du så samtidig tjener penge på dine skrivelser er vel ingen dårlig sidegevinst, vel? ☺

Jeg ønsker dig held og lykke med blogningen. Du er velkommen til at følge mine blogs, og altid til at give en kommentar med på vejen. Jeg håber du vil tage denne opfordring til aktiv deltagelse til dig, og ser frem til at høre fra dig når der kommer flere indlæg på bloggen Tjen penge i din fritid – på nettet, som du finder her: <http://www.blunck.dk/tjenfritid>.

God arbejdslyst når du går i gang.