



MANIFEST

Rozhodli jste se psát blog. Proč?

Spousta lidí bloguje. Spousta lidí píše nějaký magazín, nebo třeba firemní novinky. Ti, kteří nemají talent psát, nebo je to nebaví, natáčí videa nebo podcasty. Někdy jsou si velmi podobní. Mají podobné weby, obsah, situaci a především...

...podobné výsledky.

Na druhé straně jsou lidé, kteří sice dělají totéž, ale výsledky mají fenomenální. Nemusí si kupovat pozornost pomocí reklam, protože pozornost sami přitahují. Jistě je za tím spousta příčin, ale jednou z nich bych rád začal.

Vědí, proč to dělají.

Ukážu vám ten rozdíl. Moje PROČ znáte už z emailu. Taky víte, že provozuji aplikaci na správu financí. Kdybych neznal své proč a prostě jen prodával nějakou appku s cílem vydělat co nejvíc, jak bych ji propagoval? Asi bych se soustředil na to, co aplikace umí a snažil se to zdůraznit každému. Protože ale znám své proč, pracuju na 100 krokovém návodu, jak se dostat ze špatné finanční situace. Hledám pro své publikum možnosti a cesty, jak se dostat z maléru, ve kterém velká část populace je.

Pokud bych nevěděl, proč to dělám a pro koho, soustředil bych se na prodej namísto na problém, který chci lidem pomoci řešit. Absolutně by to změnilo projekty, na kterých dělám a jak je dělám. Dělal bych zkrátka úplně něco jiného a to i když se bavíme o stále stejné aplikaci.

Nepodceňujte své čtenáře. Lidé bezpečně poznají „reklamštinu“. Vycítí, když vám půjde o vás a ne o ně. Pár zákazníků ukecáte, ale nebudete trvale přitahovat nové fanoušky a obdivovatele.

Dám vám druhý příklad.

Zatímco píšu tento text, volala mi organizátorka jednoho workshopu, jestli bych se ho nechtěl zúčastnit jako lektor a naučit 10-15 blogerů a blogerek něco o affiliate marketingu. Mám si říct cenu, za kterou bych byl ochoten přijít.

Zajímá jsem se o formát, protože nejsem žádný řečník a vyloženě přednášení mi neseď. Mívám velkou trému. Každopádně jsem ale souhlasil a hned jsem zdůraznil, že žádnou odměnu nechci.

Víte, ti zájemci, kteří za takové školení zaplatí, se sice nedozví, že z toho žádnou odměnu nemám. Jedno ale stoprocentně zjistí. Jestli tam jsem, protože tam chci být.

Určitě znáte přednášky, kde přednášející chce jen odříkat text a být co nejrychleji pryč. Je tam pro peníze a nejrady by tam vůbec nebyl, kdyby nemusel platit nájem. Lidé tohle prostě vycítí. Nemůžete pořád něco hrát.

Na ten workshop půjdu, protože to jednoznačně pasuje do mého PROČ. Mám možnost pomoci dalším lidem vydělávat si blogem. Dokonce více lidem najednou a navíc budou motivováni se něco naučit. To dokazují zaplacením ceny workshopu.

Jasně, taky musím platit složenky. Nemusím ale vydělávat z každé mé snahy pomoci. Stejně jako na blogu nezaplatíte každický článek.

Kdo ví, třeba tam někdo vycítí, že mám zájem o jeho úspěch. Třeba začne číst můj blog a třeba si jednou pořídí tenhle můj kurz. Pokud se to stane, nebude to proto, že jsem mu ho natlačil nějakou agresivní reklamou. Nebude to proto, že bych si nakoupil fanoušky. Nebude to vyjednáváním spolupráce s nějakou velkou značkou. Bude to proto, že jsem mu pomohl. Tohle je cesta, která funguje a funguje mnoha způsoby.

Někdy se ty složité cesty zákazníků k vám ani nedozvíte. Začnou se ale objevovat, jakmile se začnete řídit svým posláním.

Věřím, že smysl života je obětovat ho nějaké formě pomoci druhým. Nemusí jít hned o zachraňování životů. Může jít o jakoukoliv pomoc. Třeba tu od učitelů nebo sportovních trenérů. Věřím, že každý, kdo je svou činností druhým k užitku, může být na sebe pyšný.

Často na to zapomínáme, ignorujeme to a nemyslíme na to ve všech situacích. V každé chvíli jsou ale nejdůležitější na světě ti druzí.

Když s někým sedíte na kávě, je nejdůležitější on a jeho problémy. Tím se stáváte skvělým společníkem. Když se svou drahou polovičkou trávíte čas třeba při cestování, je nejdůležitější, jak se cítí. To z vás dělá skvělého partnera. Když se vám narodí dítě, je nejdůležitější chránit ho, postarat se o jeho zdraví, samostatnost a výchovu. To z vás dělá skvělého rodiče.

Hádejte, co z vás dělá skvělého blogera...

Blogování má spoustu výhod. Na svém blogu jsem je sepsal. Blog je nástroj, který každému, kdo umí psát, nabízí:

- pestrý koníček, díky kterému se můžete dostat k příležitostem a na místa, kam by vás nic jiného nedostalo,
- samozřejmě příjemný způsob obživy, pokud monetizujete (zpeněžujete) blog správně a sehnali jste časem dost čtenářů,
- příležitost vyloženě zbohatnout a to i v českých podmínkách,
- nabídky od zaměstnavatelů, i když zrovna žádnou práci nesháníte,
- seznámení se s novými lidmi, kteří s vámi mají mnoho společného,
- s tím související nové nabídky k obchodní spolupráci, které se vůbec nemusí týkat blogu,
- formu ventilu / terapie, můžete se vypsat z toho, co vás trápí, může vás tím i potkat řešení od někoho, koho trápí totéž,
- naopak budování schopnosti vyrovnat se s kritikou a kritiky,
- nenásilné rozvíjení vlastních schopností, zejména v oblastech, jako jsou focení, pravopis a stylistika, počítačová grafika, kódování, UX atd.,
- inzerentům nabízí vlastní firemní či osobní blog jednu z nejlevnějších forem propagace, pokud v rámci článků vzdělávají ve svém oboru.

Každá z těch výhod může být dobrým důvodem, proč blogovat. Já bych byl ale rád, kdyby tím důvodem byla nějaká forma pomoci ostatním.

Blogem se dá pomáhat velké spoustě lidí. Například nějakým vzděláváním, návodem nebo produktem, který budete propagovat.

Práce nám zaplní většinu života a je velká škoda, pokud děláte něco, co vás štve a děláte to jen pro peníze. I v podnikání platí, že čím víc svým produktem či službou pomáháte, tím víc vyděláváte. Pokud podnikáte čestně.

Postavit výdělečný blog nebude sranda. Budete do něj vkládat víc času, peněz a energie, než z něj dostávat a bude trvat hodně dlouho, než se tohle obrátí. Na to budete potřebovat spoustu energie a taky motivace. Motivaci budou potřebovat i vaši čtenáři, aby měli vůbec důvod, proč váš blog navštěvovat.

Budou také potřebovat motivaci vám věřit. Je to jednoduché. Svým blogem se chcete živit. Peníze z blogu vytáhnete především prodáváním buď vlastních nebo cizích produktů za provizi (affilem). Bez důvěry ale nikomu nic neprodáte.

Dá se to samozřejmě ulhat a přesvědčit kdekoho k leccemu. Je to ale náročnější, méně zábavné a nebudete z toho mít moc dobrý pocit. Důvěru si potřebujete nejen získat, ale také zasloužit.

Důvěru svých čtenářů si zaloužíte především tím, PROČ blogujete. Takže se vás zeptám znovu:

Rozhodli jste se psát blog. Proč?

Napište to někam. Zatím to může být kdekoliv. Doporučil bych vám, abyste si ten důvod napsali na blog do sekce „o mně“, „můj příběh“, nebo třeba „poslání tohoto blogu“. Patří to do hlavního menu na viditelné místo pro nově příchozí. Pokud si to tam ale nedáte a jen si svůj manifest sepíšete pro sebe, pomůže to taky.

Jakmile totiž najdete svůj důvod, automaticky začnete dělat věci jinak. Lidé si toho všimnou. Právě to k vám přitáhne ty lidi, kteří věří tomu samému, čemu vy.

Jak na to?

Základem jsou jen dvě jednoduché otázky.

Napište, co je poslání vašeho blogu a před to uveďte svůj příběh - svou cestu, jak jste si k tomu došli. Odpověď na druhou otázku neznám. Neznám vaši cestu, váš

příběh. Může to být třeba nějaká ojedinělá tvrdá zkušenost. Nebo to mohou být špatná rozhodnutí, která vám ukázala, co v životě dělat nechcete a co nepřejete ani druhým.

S tou první otázkou vám trochu pomůžu. O síle otázky „proč“ napsal Simon Sinek knihu. Možná ji znáte. Jmenuje se „Začněte s proč“. K rozvoji myšlenek vám ale asi bude stačit jeho asi dvacetiminutová přednáška. Odkaz najdete **tady** (české titulky).

Po shlédnutí přednášky už budete tušit, jakým směrem nad svým manifestem uvažovat. Taky vám pomůže můj článek, který jste doufám četli. Jmenuje se „**Než začnete někoho zajímat, řešte svým čtenářům problémy**“. Ukážu to zase na příkladech.

Do Facebookové skupiny dala nedávno jedna holčina svůj nový blog se třemi články, nepřehlednou šablonou a nějakým tím bio ve stylu jak se jmenuje, kolik jí je a co dělá.

Ty tři články byly o ní. Už si to ani pořádně nepamatuju a tuším, že svůj příspěvek nakonec po kritice smazala. Dejme tomu, že tam bylo něco o tom, co si o něčem myslela, pak nějaký článek o tom, co dělala a pro účely příkladu třeba něco o tom, co chystá.

Nevím, jak vás, ale mě prostě nezajímá, co zrovna dělá holčina, kterou neznám a o které netuším, proč dělá, co dělá. Jak mi to asi pomůže? Ani mě to nezabaví.

Teď si představme jiný příklad. Váš příklad. Postavíte si blog, jehož první stránkou bude sekce „O blogu“. Na to hned kliknu, protože jako nový návštěvník netuším, kde jsem. Najdu tam váš manifest. Dozví se tam, že jste měli nějakou zkušenost. Na základě té zkušenosti jste se dali na obor, ve kterém chcete něco konkrétního dokázat. A chcete to dokázat kvůli užitku pro lidi, jako jsem já.

Vrátím se na domovskou stránku a přečtu si první tři nadpisy. Budou to: „Jak mohou v oboru získat užitek úplní začátečníci“, „Seznam nejzajímavějších zdrojů ke vzdělávání v mém oboru, které jsem sehnala“ a „Mapa předních poskytovatelů, kterým věřím“.

Jestli to tak skutečně je, pošlete mi hned odkaz, protože já budu první fanoušek.



Tento dokument je produktem duševního vlastnictví, a proto je zakázáno jakékoliv jeho šíření nebo poskytování třetím osobám bez souhlasu autora.

Michal Majgot
michal@majgot.cz
<https://afilak.cz>