

Poslovni blog



Poslovni blog [2:57m]: [Prenos](#)

Poslovni blog lahko uporabljate samostojno, s svojo domeno, ali pa kot dodatek k obstoječi spletni predstavitvi podjetja. Poglejmo, kako lahko uporabite poslovni blog kot dodatni marketing.

Izraz blog ali **spletni dnevnik** sedaj že vsi poznamo. Gre za vrsto spletnih strani oz. zapisov, ki se prikažejo v kronološkem obratnem vrstnem redu, torej od najnovejšega naprej vse do zadnjega, najprej objavljenega. Za blog vam ni potrebno poznati oznak HTML, ki sestavljajo spletne strani. Poslovni blog je le blog, ki je najprej **namenjen poslovnim ciljem lastnika bloga**.

Zapisi v poslovnem blogu lahko služijo več namenom:

- **obveščanje javnosti** o novostih, ki niso objavljane v običajnih poteh npr. kot sporočilo za javnost,
- **razdajanje znanja** in s tem utrjevanja statusa eksperta za določeno področje v očeh bralcev bloga,
- **dodatno spletno trženje**, ker so zapisi bloga navadno visoko uvrščeni v rezultatih iskanja spletnih iskalnikov itd.

Najboljša možnost tudi glede notranje optimizacije spletnih strani (postopka priprave strukture strani za doseganje višje pozicije v iskalnikih) je uporaba samostojne rešitve **WordPress**. Skupaj z nekaj nameščenimi dodatki za WordPress je priprava in vzdrževanje takšnega poslovnega bloga zelo preprosto. Tudi tole spletišče je delno *poslovni blog*, namenjeno seznanjanju vas o nasvetih, storitvah in izdelkih lastnika tega bloga in kot dodatna predstavitev podjetja.

In o čem je najlažje pisati? Seveda, o **internem znanju podjetja**. Jasno, da ne boste izdajali poslovnih skrivnosti, vse drugo o izdelkih in storitvah pa je več kot priporočljivo. Še nekaj drugega je – če boste prvi pripravili dober zapis o znanju iz vašega področja, vas drugi ne bodo mogli enostavno kopirati. Vsaj spletni iskalnik Google bo kopije vaše strani uvrstil v t.im. sekundarni indeks. Strani v tem indeksu pa se pokažejo med rezultati iskanja precej nižje od originalnih vsebin.

Učinkovit poslovni blog

Koliko časa boste potrebovali za poslovni blog tedensko? Priporočljivo je, da vnesete **tri nove zapise vsak teden**, še posebej, če ste v zelo konkurenčni tržni niši. Ko dosežete okrog sto (100) in več indeksiranih strani v iskalniku, boste lahko zmanjšali ta ritem na en zapis tedensko. Seveda ne smete razočarati vaših bralcev, če pričakujejo več in so na to navajeni.

Primer, kjer en zapis tedensko zadošča za ohranjanje "svežine" poslovnega bloga, je kar blog Prezentacija (<http://www.prezentacija.si/blog>). **Brezplačni nasveti** so dodajani tedensko o knjigah, tehnikah v programu (PowerPoint) in izvedbi predstavitev podjetja, toda eden od namenov tega poslovnega bloga je **prodaja multimedijskega cederoma** za hitro pripravo prezentacij in **nudenje dodatnih plačljivih storitev**.

Poslovni blog in prodaja

Kako pa je z zapisi, ki namigujejo ali priporočajo nakup izdelka podjetja? Velja enako kot npr. v omrežju Twitter (kjer lahko odprete t.im. mikroblog) – **na vsakih 10 zapisov lahko brez skrbi objavite enega komercialnega**. Če veljate za eksperta v vašem področju, lahko tudi na vsakih 5 zapisov. To je po svetovnih raziskavah najprimerneje, da bralci ne nehajo spremljati vašega poslovnega bloga – pretiran marketing oz. reklama namreč odbija.

To spletišče je izjema – obstaja zato, da vam pomagamo. Vkolikor želite imeti vaš lastni [poslovni blog](#) s popolno pripravo za ključne besede, morebitno integracijo z vašim spletiščem in seveda z optimizacijo za iskalnike, nas čimprej kontaktirajte! Prosimo, da nam vaše želje za spletno predstavitev podjetja posredujete na za@predstavitevpodjetja.com.

Hvala in prijeten dan,
Sergej Rinc,
spletin.net d.o.o. za vaš poslovni blog