

80/20 MARKETING

# AMIT A BLOGRÓL TUDNI ÉRDEMES

Kozma Ferenc

# Minden, amit a blogról tudni érdemes

Üdvözöllek.

Kozma Ferenc vagyok, a 80/20 Marketing alapítója.

Kisvállalkozásoknak segítek elindulni az online marketingjükben. Én magam is indítottam és működtettem már blogot, építettem webshopot, és írtam már nagyon sok blogcikket. Tapasztalatból mondom, hogy a blogolás nem olyan csodafegyver, amit minden helyzetben érdemes volna erőltetni.



Tudom, hogy vannak olyanok, akik szeretnek írni és hiszem, hogy még mindig lehetséges megtalálni az olvasóközönségünket, ha ezt szeretnék. Saját tapasztalatból tudom azt is, hogy jó, ha néhány jól megírt blogcikk van kint az oldalon, még akkor is ha egyébként nem szeretnék rendszeresen írni. Ez ugyanis erősíteni tudja a weboldal üzenetét, megalapozhatja a saját szakértői tekintélyünket, bizalmat építhet. Tehát bizonyos iparágakban, vagy témákban érdemes nekidurálnunk magunkat, ha nem is a rendszeres blogolásnak, de néhány értékes poszt megalkotásának.

Ebben a füzetben segíteni szeretnék azoknak is, akik rendszeres blogolást terveznek, és azoknak is, akik csupán néhány jó bejegyzést szeretnének elkészíteni. El fogom mondani, hogy mire érdemes odafigyelni a blogcikkek megírása és közzététele során. Azért próbáltam vázlatos formában tartani a mondandómat, hogy időről időre ne okozzon nehézséget átfutni rajta, magunkat ellenőrizve.

Fontos elmondanom, hogy én magam a WordPress rendszerét használom, ami kétségtelenül a legnépszerűbb tartalomkezelő rendszer. A tanácsaim nagy része nem rendszerfüggő, de különösen a technikaibb részeknél előfordulhat, hogy utána kell nézned, hogyan tudod a leírtakat a te weboldaladon megvalósítani (már amennyiben nem WordPress oldalad van). Mégis úgy gondolom, érdemes elolvasnod, amit írtam. Nem csak azért, mert amúgy sem hosszú, hanem azért is, mert a technikai résznél fontosabb az a gondolkodásmód, ami szükséges ahhoz, hogy bármilyen bloggal sikeres lehess.

Ha még nem titted, kérlek, csatlakozz a 80/20 Marketing oldal követőjéhez, és a 80/20 Műhely csoporthoz, ahol további videóknak fogom jól követhető módon megmutatni, hogyan készítheted el a blogcikkedet.

Az ismereteket elmondani, meghallgatni nem hosszú idő. A gyakorlati tudás azonban az évekkel és a megoldott problémák számával fog növekedni.

Szóval írd, alkoss, tanulj, és légy nagyon sikeres!

Áldást kíván:

Feri

## Egy blogbejegyzés összetevői

Kezdjük az elején! A blog folyamatosan frissülő dinamikus tartalmú weboldal (Web-log = webnapló – innen az elnevezés). A legtöbbünk weboldalai WordPress alapú oldalak, ami eredetileg blogok céljára készült, bár mostanra olyan sok elérhető funkció létezik hozzá, hogy szinte bármit ki lehet alakítani ebben a rendszerben. A blog, mint funkció azonban az alapfelszereltséghez tartozik.

A blogbejegyzés lényegében egy cikk, publikáció, néhány technikai kiegészítéssel, amelyekre érdemes odafigyelni. Ezeket a fogalmakat most gyorsan szeretném tisztázni.

Ezek használatáról videós ismertetőt is készítettem, ami a 80/20 Műhely csoportban és a zárt összefoglaló oldalon elérhető. Ezen a képen csupán megmutatom, hogy egy átlagos blogban ezek hogyan jelennek meg.

The screenshot shows a WordPress blog post titled "Apróságok, amik „életet menthetnek” többnapos túra során". The page includes a search bar, a list of recent posts, a sidebar with navigation menus (Legutóbbi bejegyzések, Legutóbbi hozzászólások, Archivum, Kategóriák, Meta), and a main content area with a featured image of a metal pot on a stove, a text introduction, a sub-header "Karabiner - cuccokat a táskára, övra...", and a comment section.

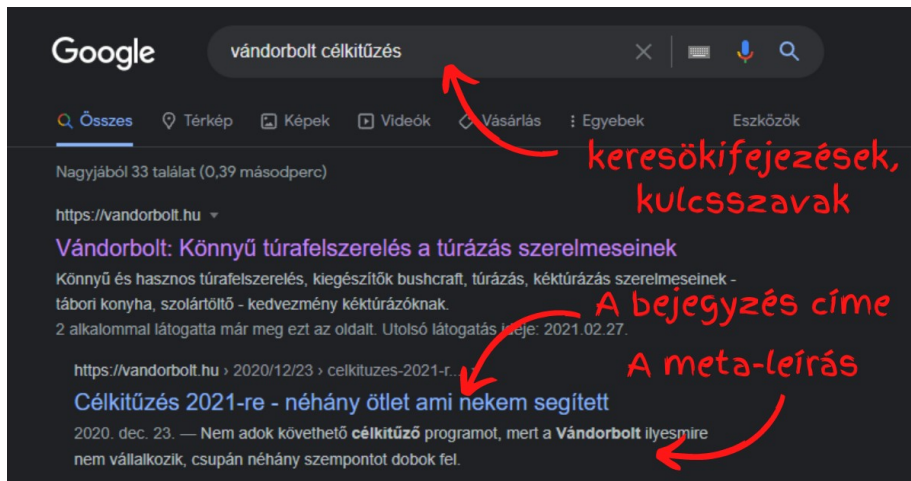
**Cím** – A lap tetején adjuk meg

**Alcíme** – A szöveg olvashatóságát szolgálják, de segítenek a keresőoptimalizálásban is. Igyekezzünk tagolni a szövegünket!

**Kiemelt kép** – Az oldalsávban adhatunk meg 1db „kiemelt képet”, ami a kivonatokban és a közösségi média megosztásokban is meg fog jelenni.

**Kategória** – A bejegyzéseinknek kategóriát is adunk, így segítjük az olvasókat a keresésben.

**Képek, illusztrációk** – A cikkbe beillesztett képek, amelyek a szöveget illusztrálják, és megtörik a monotonitást.



**Meta-leírás** – Miről szól ez a cikk? Ezt foglalhatjuk össze benne nagyjából 150 szóban. Ez jelenik majd meg pl. a webes keresők (Google, Bing, Yahoo...) találati listájában is.

**Kulcsszó** – Mi az a kulcsszó, vagy kifejezés, amire szeretnénk, hogy a keresők fölhozzák a bejegyzésünket? Később bővebben elmondom, hogyan tudunk egy kulcsszóra optimalizáltan írni.

**Címke** – A cikkben előforduló kifejezéseket adhatjuk meg címkék (tag-ek) formájában. Kicsit úgy működik ez, mint egy könyv tárgymutatójában. A lenti képen a Misszió-Mentor blog címkefelhőjét láthatjuk, amelyben a gyakrabban használt címkék nagyobb méretben jelennek meg. A címkefelhő használata sok-sok belső linket hoz létre, ami a webes keresők munkáját segíti, ezért mi is jobb helyezést kaphatunk.



24 dolog, amire naponta egy órát  
érdemes rászanni

Címkefelhő

Kategóriák

apológia beszámoló bibliaolvasás  
Csúrcsavar levelei célkitűzés útmutató  
elhívás evangélium feladatok fókusz  
hatékonyság hit hitvita  
idézet időbeosztás imádság  
izrael jelentés kommunikáció kérdések marketing  
martin luther king misszió szervezetek napló  
produktivitás prédikáció Software Szólam  
személyes szerelem szokások szokások  
kialakítása szórakoztatás Teológiai képzés  
tudatosság wordpress életrejelzés érvelési  
hibák újví fogadalom

Beszámoló  
Egyéb  
How to  
Keresztény élet

# Nézzük, mitől lesz jó egy blogbejegyzés!

## 1, A tartalom mindent visz.

Sokkal fontosabb az, hogy jó, érdekes, hasznos, olvasmányos tartalmat írj az olvasóidnak, mint bármilyen technikai trükk, vagy beállítás az oldalon. Természetesen könnyebb, ha alapvető SEO (Search Engine Optimization, azaz keresőoptimalizálás – a tartalom olyan kialakítása, ami segít, hogy a találati listákban elől szerepeljen az oldalunk.) szabályokhoz tartjuk magunkat alkotás közben, de a nehezebb feladat, ami az eredmények 80%-át hozza, a jó cikkek megírása. Ez igényli majd a legnagyobb erőfeszítést.

## 2, A rendszeresség üti a tökéletességet.

Sokkal fontosabb, hogy a hasznos, releváns tartalmaid **rendszeresen** jelenjenek meg, mint hogy irodalmilag, vagy technikailag tökéletesek legyenek. Néha el kell fogadnod, hogy a cikked nem „remekmű”, csupán „elég jó”. Lehet, hogy találhattál volna, vagy te magad fényképezhetnél volna valami tökéleteset illusztráció gyanánt, ehelyett meg kell elégedned egy huszadrangú „stock fotóval” (weben talált, szabadon használható fotó), ami kábé kifejezi, amit kell. Esetleg még utána olvashattál volna egy témának, ám nem volt rá időd, így csak leírod azt, amit eddig tudtál, hallottál, gondolsz. Néha el kell engedned a tökéleteset.

## 3, Legyen olvasható!

Az olvashatóság azért fontos, hogy akik az oldalra érkeznek, ne meneküljenek el a tengernyi apróbetűs szöveg elől. Tartsuk szem előtt az alábbi szabályokat!

### **Legalább 300 szavanként legyenek alcímek!**

Ez jól tagolttá teszi a szövegünket. A weben a szabvány szerint különböző szintű címsorok vannak, H1-től H6-ig. (Hasonlót a szövegszerkesztőkben a stílusok között találunk. Címsor1, címsor2 stb.) Figyeljünk arra, hogy a H2, H3, H4... címsorokat használjuk, soha ne a H1-et! Az a bejegyzés főcímének van fenntartva.

### **Legyen egyértelmű a felépítése!**

Azaz a felosztás, az alcímek következzenek egymásból! Legyen egy központi témája, megválaszolendő kérdése, és az alcímek adják meg az első, második harmadik stb választ! A szöveg pedig fejtse ki az alcímeket!

### **A bekezdés ne legyen hosszabb 150 szónál!**

Szintén a szöveg tagolását segíti, ha nem folynak egybe hosszú szövegek.

### **Képek, videók**

Illusztrációként ne csupán a kiemelt képet tegyük be, hanem a szöveget is szakítsuk meg lehetőleg 1-2 grafikai anyaggal, illusztrációval, magyarázó videóval...

## Ne legyenek többszörösen összetett mondatok!

Legalábbis minél kevesebb! Az egyszerűbb jobb.

### 4, Legyen vonzó!

Azaz legyen kattintásra ingerlő, olvasásra csábító már a keresők találati listájától kezdve. Ugyanis hiába hozza fel a keresőmotor akár az első helyen, ha a böngésző reménybeli olvasónk átgörgeti, esetleg megnyitja és rögtön be is zárja.

### Az első bekezdés legyen a legérdekesebb!

Tudom, hogy a legérdekesebbet a végére szeretnénk tartogatni, de most mégis arra van szükség, hogy a cikk eleje megragadja a figyelmet, válaszokat ígérjen, és egyértelművé tegye, miről is szól az egész írás.

### Legyen egyértelmű a tartalma!

Ne kalandozunk el! Elveszíthetjük az olvasónkat, ha mindenről IS szól a cikk.

### Legyen csalogató a címe!

Kiváló megoldás, ha számokat írunk a cikkbe: Pl. 5 trükk, amivel a kutyánknak megtaníthatjuk, hogy... 10 hiba, amit majdnem minden gombatermesztő elkövet... Esetleg egy meglepő állítás, vagy egy egyértelműen izgalmas kérdés is jöhet.

### Használjunk történeteket, illusztrációkat!

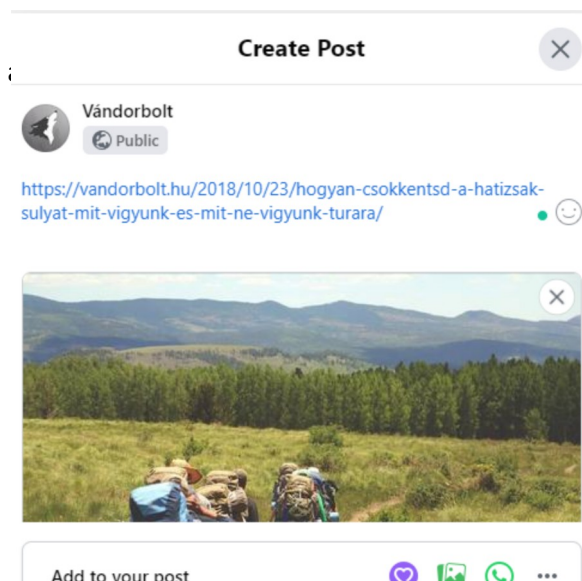
Az adatok kifárasztanak, kihullanak a fejünkből, a történeteket viszont egy életre megjegyezzük. Jobb egy esettanulmány, vagy tanulságos sztori, mint a száraz statisztika.

### Legyen csalogató a Meta-leírás!

Egyáltalán legyen Meta-leírás! Alap esetben a keresők kb. a bejegyzés első 150 karakterét „rántják be” leírásként. Nem biztos, hogy ez csalogató lesz a keresőoldalon. Lehet, hogy csak erre a célra meg tudjuk fogalmazni egyértelműbben is kb. 150-160 karakter terjedelemben.

### Legyen releváns „Kiemelt kép!”!

Ezt pedig a közösségi médiában a megosztáskor fogja a cikkünket, a görgetésnél az ismerőseink a képre figyelnek fel, ennek nyomán lassítanak annyira, hogy a címet is elolvassák.



*Mikor Facebookon posztoljuk a bejegyzést, automatikusan „behúzza” a kiemelt képünket.*

## 5, Legyen kereső-optimalizált!

Fentebb már írtam a keresőmotorok fontosságáról. A most következő megoldásokkal nem becsapjuk a keresőket, hanem igyekszünk megkönnyíteni számukra az oldalunk feltérképezését.

### **Legyen legalább 600 szó hosszúságú!**

A keresők díjaznak a hosszabb cikkeket. A túlságosan rövid szöveg nem eléggé átfogó ahhoz, hogy érdemes legyen jobb helyezést adni rá.

### **Legyen egy releváns kulcsszó!**

Adjuk is meg a kulcsszót, vagy kifejezést a megfelelő helyen, pl. WordPressben a SEO fülön! (Bővebben a technikai résznél és a videóban.) Legyen ez olyan kulcsszó, ami valóban jellemző a cikkünkre! Jó, ha már a kulcsszót szem előtt tartva írjuk meg a cikkünket. Pl. tudjuk, hogy az emberek rákeresnek a „fokhagyma gyógyhatásaira”, ezért írunk egy értékes összefoglaló cikket a „fokhagyma gyógyhatásai” kulcsszóval. A nem releváns kulcsszó csak bosszúságot és hátrasorolást hoz.

### **Legyen jó kulcsszósűrűség! 1-2%**

Ugyanis a jó kulcsszósűrűség nem is túl magas, nem is túl alacsony szám. Ha kulcsszóval írjuk tele a cikkünket, az már kulcsszóhalmozásnak tűnik. A fejlettebb keresőmotorok ezt már nem szeretik, hátrasorolhatnak miatta. Ha viszont nem szerepel a cikkünkben 3-4 alkalommal a kulcsszavunk, a keresőmotor nem fogja tudni kitalálni, mit is akartunk, ezt pedig megint az eredményeink fogják bánni.

### **Legyen kulcsszó a címben és az oldal URL-ben!**

Végül is erről szól a cikkünk, vagy mi a szösz! Ne fogalmazzuk át lírai módon, írjuk csak bele! Jó, ha az oldal úgy van beállítva, hogy az url a cikk címéből generálódik.

### **Legyen kulcsszó a Meta leírásban!**

Azaz ha adtunk meg külön Meta leírást, ott is szerepeljen! Ha ezt nem tettük, akkor jó volna, ha a bejegyzés első mondatába beleírnánk azt a bizonyos kulcsszót. (Türelem, a 6. pontban mutatom a technikai részleteket, a videóban pedig követhetően el is magyarázom.)

### **Legyen kulcsszó az alcímekben!**

Legalább 1-2 alcímbe (tudod, H1, H2 stb.) írjuk bele, fogalmazzuk bele betű szerint a megadott kulcsszót!

### **Legyen kulcsszó a képek „alt attribútumában!”**

Ez az, amit a vakok felolvasóprogramja a képek helyén mond el. Ez szintén egy általános szabvány a weben. Wordpressben a kép feltöltésekor meg tudjuk adni ezt egy rubrikában. Illik kitölteni ezt is, hogy az oldalunk akadálymentes lehessen a látássérültek számára. Az alt attribútumba pedig érdemes belecsempészni a kulcsszót.

### **Legyenek belső linkek!**

Ha tudunk, hivatkozzunk a weboldalunk, vagy blogunk korábbi tartalmaira! Ez segít a keresőrobotoknak feltérképezni az oldalunkat.

## Legyenek külső linkek!

Azaz ha van egy külső weboldal, egy másik blog cikke, vagy egy Wikipedia cikk, vagy bármilyen releváns tartalom, ami segít a jobb megértésben, akkor hivatkozzunk rá! Ezzel a keresőrobotoknak segítünk ismét, ezért értékeesebb tartalomnak minősülünk. Vigyázzunk arra, hogy a hivatkozás új ablakban nyíljon meg!

## Jó, ha vannak ránk mutató linkek.

Megtehetjük, hogy összedolgozunk egy másik bloggerrel, hogy releváns módon hivatkozzunk egymás cikkeire. Ne csak szimplán linkeket pakoljunk ki az oldalunkra, hanem egy cikkben a valóban releváns tartalmaira hivatkozzunk! Ezek a kívülről ránk mutató linkek nagyon sokat lendítenek a helyezésünkön. Viszont az olcsó „linkcsere” nem segít.

## Ne másoljuk a tartalmat!

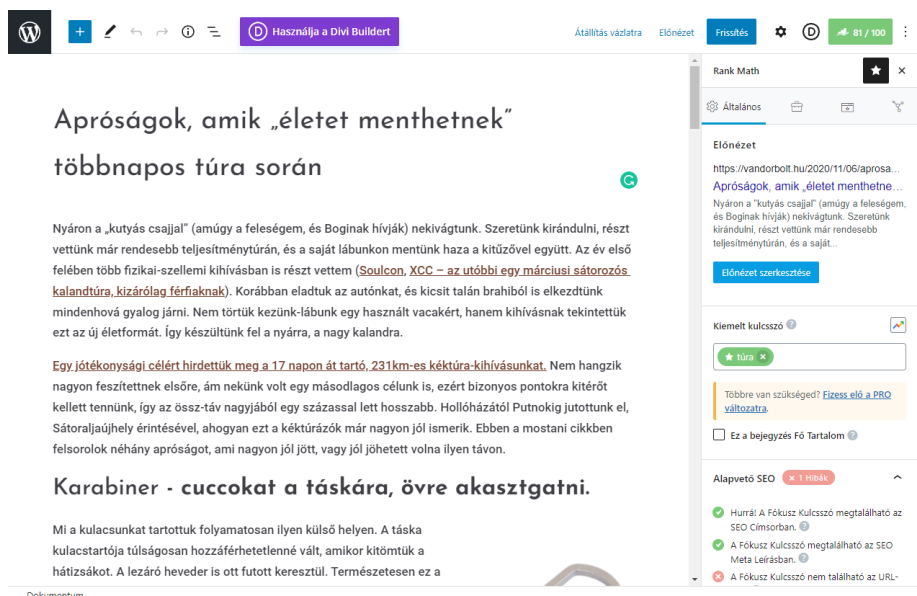
Fontos, hogy saját, egyedi tartalmat készítsünk! Ne plagizáljunk! A keresők is az egyedi, máshol nem megtalálható tartalmakat díjazták. Persze idézeteket szabad elhelyezni, a hivatkozások pedig még segítenek is.

## Használjunk jogtiszta képeket!

A keresőkben fellelhető legtöbb kép sajnos jogvédett. Egy egyszerű trükkel azonban pl. a Googleben átkapcsolhatunk Creative Commons licenstű képek keresésére. Vannak olyan ingyenesen használható „stockfotó” oldalak, mint a Pexels, vagy a Pixabay, amelyekről bátran tölthetünk le illusztrációkat. Persze ezeknél sokkal értékeesebb a saját készítésű fotó.

## 6, Ha lehet, használjunk SEO bővítményt!

Én magam nemrégiben álltam át a **Rank Math SEO** bővítmény használatára. Ingyenesen telepíthető a WordPress oldalunkra. Részben magyar fejlesztésű, ám világszínvonalú eszköz. Könnyen és átláthatóan működik. Ebben a füzetben ennek a működését mutattam be. Telepítés után hozzáad egy SEO fület a bejegyzéseink oldalsávjához, ahol könnyen megadhatjuk a kulcsszót, a Meta leírást, és egy pontszámmal mutatja, mennyire sikerült megfelelnünk a fenti követelményeknek.



The screenshot shows a WordPress blog post titled "Apróságok, amik „életet menthetnek” többnapos túra során". The Rank Math SEO plugin interface is visible on the right side of the page. It shows the following information:

- Előnézet:** A preview of the page content, including the title and the first paragraph.
- Kiemelt kulcsszó:** A field containing the keyword "túra".
- Alapvető SEO:** A checklist of SEO checks:
  - ✓ Hurrri! A Fókusz Kulcsszó megtalálható az SEO címsorban.
  - ✓ A Fókusz Kulcsszó megtalálható az SEO Meta Leírásban.
  - ✗ A Fókusz Kulcsszó nem található az URL-

*A jobb oldali oldalsávjában a Rank Math SEO felületét látjuk. Fölt a zöld jelzés mutatja, hogy egészen jól sikerült optimalizálnom.*

## 7, Dolgozzunk tisztán!

Vigyázzunk erre a néhány szabályra, hogy megkönnyítsük a saját munkánkat, és a végeredmény elfogadható legyen!

### **Ne a WordPress oldalon dolgozzunk!**

Ha véletlenül bezárul az oldal, elveszítjük, amit írtunk. Dolgozzunk Google dokumentumba, vagy szövegszerkesztőbe! A WordPressbe elég csak beilleszteni a kész munkát.

### **Használjuk a stílusokat**

(Bekezdés, Címsor2, Címsor3, Címsor4... Idézet) Ha beillesztjük az írásunkat, a WordPress többnyire automatikusan felismeri ezeket.

### **Ne nyomkodjuk szóközöket és tabulátorokat formázási céllal!**

Csak összekavarjuk a WordPress szerkesztőjét a fölösleges karakterekkel és formázásokkal. Még extra entereket sem kell nyomnunk, hogy a címsorok alatt helyet hagyjunk ki. Ha átváltunk címsorra, alatta folytassuk nyugodt szívvel! A WordPress szépen el fogja rendezni nekünk. Ezeket a megoldásokat egyébként érdemes Wordben vagy más szövegszerkesztőkben is elkerülni.

### **Ne írjunk tartalmat képre!**

Attól félek, ezt is meg kell említenem. A szöveg legyen szöveg, a kép pedig kép! Ne írjunk szöveget a képekre! A bejegyzés címét se írjuk rá a kiemelt képre! A keresők ugyanis a képre írt szövegeket nem tudják feldolgozni. Tudom, hogy Facebookon és Instán szoktunk posztolni idézetes képeket. A bejegyzésünk címe, szövege, idézetei legyenek szövegesek!

### **Nem javaslom az oldalépitők használatát a cikkekben.**

Személy szerint blogbejegyzésekhez nem használok Divit vagy Elementort. Elsősorban azért, mert könnyebb így a cikkeket kimenteni és átvinni egy másik oldalra. De egyébként is úgy gondolom, hogy az egyszerűbb itt jobb. Tudom, hogy sokan szívesen alkotnak csilivili elrendezéseket blogbejegyzésekben, de szerintem a blogolás nem erről szól. Az un. „statikus oldalak” megalkotásánál természetesen én is ezeket használom.

## 8, Hogyan tudunk jó tartalmakat gyártani?

### **Ne ülj üres fejjel egy üres lap előtt!**

Ha van valami a fejedben, írd le egy lapra! Ha van valami a lapodon, fűzd tovább a gondolatot! Ha mindkettő üres, inkább csinálj valamit, ami inspirálni tud! Menj el sétálni, tekerj egyet az elliptikus tréneren, vagy aludj egyet! Viszont ha napközben van egy jó gondolatod, írd fel egy lapra!

### **Ha nem tudod jól megírni, írd meg rosszul!**

Sokszor azért nem kezdünk neki az írásnak, mert az első néhány mondat után azt érezzük, hogy béna, értelmetlen, túlságosan egyértelmű, vagy még nekünk is homályos. Nos, ha nem tudod jó megírni, írd meg rosszul! Csak írd tovább! Sokszor meglepően jó eredményt kapsz, mikor később visszaolvasod.

## **Ne állj meg szerkeszteni! Írj!**

Azaz ne lépj vissza, ne töröldj vissza, ne javítsd a helyesírást! Maradj benne a lendületben! Kerüljenek szavak a dokumentumba!

## **Szerkessz utólag!**

Igen, erről beszélek. Később visszaolvasva már látni fogod, mennyire jó, amit írtál. Érezni fogod a hibákat is, eszedbe fognak jutni a jobb megfogalmazások. Ott szabad majd alaposnak lenni.

## **Aludj rá egyet!**

Az alvás fantasztikusan rendezi az ember gondolatait. Nem biztos, hogy már aznap érdemes visszaolvasni. Ami a verstanulásnál működött az iskolában, az itt is segíteni fog.

## **Mutasd meg egy barátodnak!**

Ha van rá lehetőség, engedd meg, hogy valaki átolvassa! A saját hibáinkat nehezen vesszük észre.

## **Rakd csak ki!**

Még ha nem is érzed tökéletesnek, egy ponton el kell szánnod magad, hogy kiteszed. Jöjjön, aminek jönnie kell! Ne félj, hogy megszólhatnak azok, akik még életükben nem írtak többet bevásárlólistánál! Emlékezz, a rendszeres tartalom üti a tökéletességet.

## **Befejezésül**

Köszönöm, hogy végigküzdötted magad ezen a vázlatos, de épp ezért tömény ismertetőn! Azt javaslom, először kezdj el írni, és utána olvasd újra ezeket a tanácsokat, és így mélyítsd el a tudásod!

Lehet, hogy megakadtál azon, hogy nincs még saját weboldalad, és ezeknek a tanácsoknak a legnagyobb része csak ott lehetne gyakorlatba ültethető. Én magam azzal foglalkozom, hogy kisvállalkozóknak segítek weboldaluk és online marketingjük elindításában, tehát a szolgáltatásaim között megtalálod azt is, hogy neked weboldalt készítek. Viszont a legtöbb fenti tanácsomat már egy ingyenes blogszolgáltatónál (pl. blogger.com) is gyakorlatba ültethető.

A WordPress egy olyan tartalomkezelő rendszer, amelyet egy olcsó tárhelyen már te magad is könnyen telepíthetsz, és akár ingyenes videókból, vagy leírásokból egy kis küzdelem árán megtanulhatsz kezelni. Más hasonló rendszerek ennél csak több technikai tudást igényelnek. Biztos vagyok benne, hogy kellő türelemmel és kellő számú hiba elkövetése árán te is képes vagy megtanulni ennek használatát. Ha most lehetőség van választani, mindenképp a WordPress a javaslatom.

Ha pedig nem szeretnél egyedül küzdeni ezekkel a kérdésekkel, a 8020műhely csoportban és a 8020marketing oldalon találhatsz társakat, segítséget, kérdezési lehetőséget. Szeretettel várunk.

Áldást kíván:

Feri