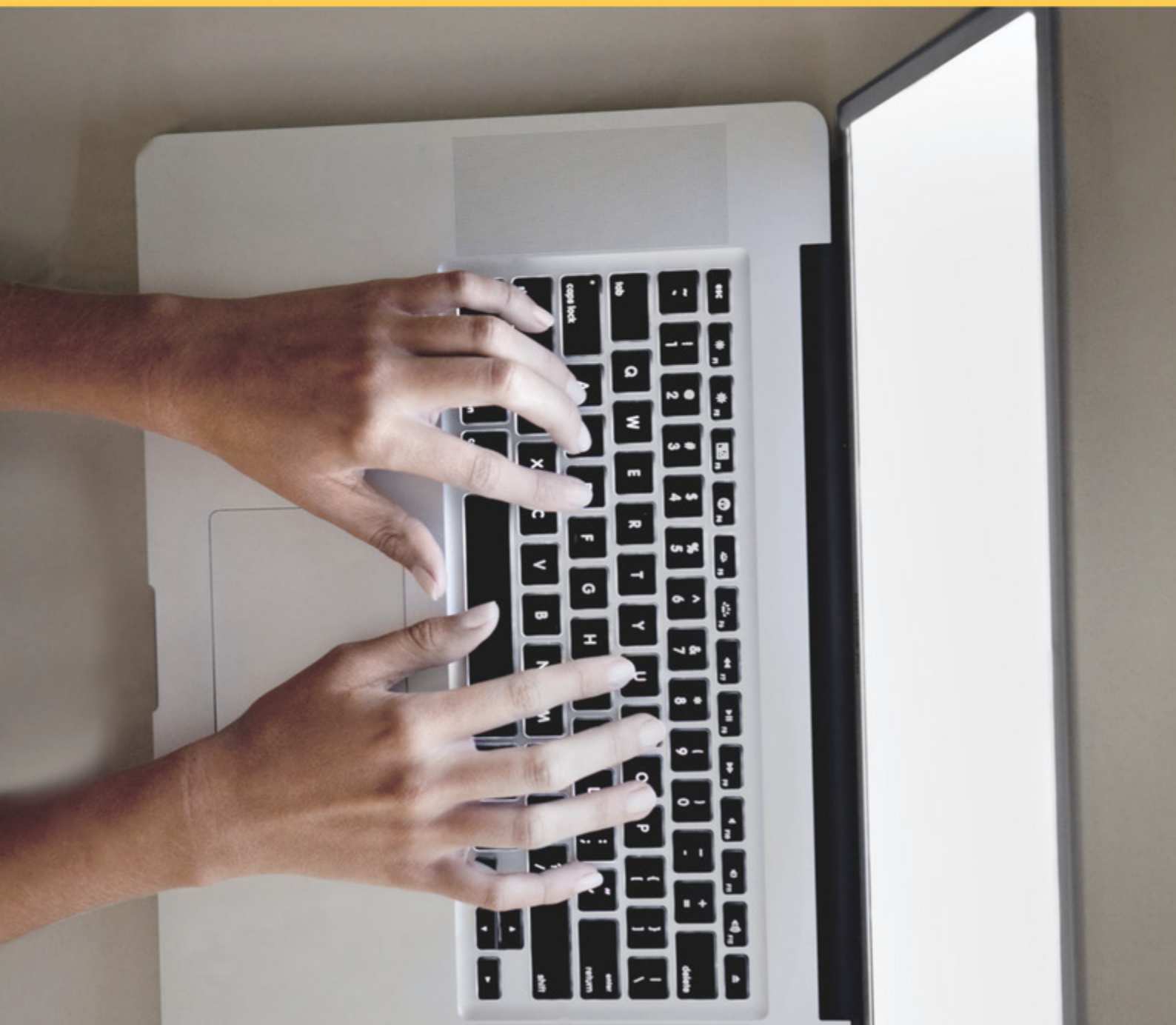


20 NUTNÝCH KROKOV

*aby váš článok videlo
čo najviac ľudí*

ONLINEIDRI.SK



Napísať článok možno nie je žiadna veda, no je tu pár vecí, ktoré by ste rozhodne mali urobiť, aby ho videlo a prečítalo čo najviac ľudí.

Urobte pre úspešnosť svojho článku maximum a doprajte mu všetkých 20 bodov :)

1. Extra lákavý nadpis

Základná vec, ktorá rozhoduje o tom, či si niekto váš článok prečíta alebo nie, je práve nadpis. Je až žalostné, ako ľudia práve túto dôležitú vec rýchlo odbijú a pritom obsah je tak skvelý.

Tip: Napíšte si k danému článku aspoň 10 nadpisov a vyberte ten najlepší. Pokojne sa nechajte inšpirovať bulvárnymi časopismi alebo lifestyle-ovými internetovými stránkami.

2. Trvalý odkaz

Pri pridávaní článku, či už vo WordPresse alebo v nejakej inej platforme, sa vám z nadpisu vytvára URL adresa článku. Pri dlhom nadpise sa vám tak vytvorí aj dlhá URL. Dlhá URL vyzerá neprofesionálne a ešte vás aj oberá o návštevnosť z Google.

TIP: Upravte automaticky vygenerovaný odkaz tak, aby obsahoval kľúčové slová, ktorých sa článok týka (zvyčajne 2-4 kľúčové slová). Pomôžete tak SEO optimalizácii a adresa článku nebude mať "kilometer".

POZOR: URL adresy upravujte len pri nových článkoch a nikdy nie pri starých. Na tie môžu viesť odkazy z iných webov a sociálnych sietí a po zmene by sa stali nefunkčné.

3. Obsah textu rozdelený do krátkych odsekov

Pri písaní článku si dajte pozor, aby ste vašich čitateľov "nezabili" nekonečnými odsekmi textu, ktorý sa zle číta. Viac ako 50% ľudí sa dnes pripája na internet cez mobilné zariadenia. A práve v mobiloch sa dlhý nečlenený text číta

veľmi zle. Navyše ľudí dlhé bloky v článku odrádzajú od prečítania.

TIP: Rozdeľte text do krátkych odsekov po 2-5 riadkov (na počítačovom zobrazení). Text bude vzdušnejší, ľahšie čitateľný a aj pri dlhých článkoch ľudia nezbadajú, že prečítali viac než tisíc slov.

4. Pridajte podnadpisy

Podnadpisy vám urobia službu najmenej v troch bodoch: zlepšia SEO optimalizáciu, lákavé podnadpisy vtiahnu človeka do článku, aby čítal ďalej a taktiež pomôžu pri vyhľadávaní konkrétnej časti článku pri tzv. skenovaní (pri skenovaní nečítame všetko, ale článok len akoby preletíme očami a zastavíme sa nad tým, čo hľadáme alebo čo nás zaujme)

TIP: Pridávajte do článkov podnadpisy. AK chcete pomôcť SEO optimalizácii, tak aspoň jeden podnadpis by mal obsahovať kľúčové slová.

Viac tipov, ako dostať vaše články na prvé stránky vo vyhľadávačoch ako je Seznam alebo Google, nájdete [v online kurze Prvá stránka v Google](#).

5. Call to action

Žiadny článok by nemal vyjsť nazmar a vždy by mal obsahovať tzv. „call to action“, teda výzvu k akcii. Pýtate sa o akú výzvu ide?

O takú, z ktorej získate minimálne kontakt na návštevníka, aby ste mu mohli predávať. Výzva k akcii môže byť napr. na stiahnutie e-booku, ktorý máte na webe zdarma, odkaz na váš produkt, ktorý ponúkate, výzva na spojenie na sociálnej sieti, výzva, aby sa vám ozvali, keď potrebujú pomoc a pod.

Výzva by sa mala vždy týkať danej témy

TIP: Do textu medzi odseky vložte výzvu k akcii. Umiestnite ju tak, aby čo najlepšie súvisela s predchádzajúcim textom. Môžete ju vložiť formou odkazu (napr. ["Získajte e-book 52 neodolateľných nadpisov článkov a zvyšte čítanosť vašich článkov niekoľkonásobne >>>"](#))

Môžete použiť aj skrátenú verziu "[Viac sa dozviete v e-booku Ako sa saunovať, aby ste si neuškodili >>>](#)"

Na call to action môžete využiť aj tzv. Optin obrázky, na ktorých je priamo zobrazené to, čo môžu získať. Keď naň človek klikne, zobrazí sa formulár, alebo bude presmerovaný na stránku, kde mu dáte to, čo ste mu sľúbili.

6. Odkazy na podobné články/stránky

Odkazy na podobné články na vašom, príp. aj cudzom webe by mali byť taktiež súčasťou článku. Linkovnie cez kľúčové slová na obsah s podobnou témou opäť zlepšuje SEO optimalizáciu.

TIP: Odkazy pridávajte cez relevantné slová k téme (článku) na ktoré odkaz smeruje.

7. Skontrolujte pravopis

Aj master tesár sa môže utnúť a tak aj v prípade, že ste si dali na raňajky pár strán zo Slovenského pravopisu, skontrolujte či v texte nemáte preklepy. Pomôže vám v tom online služba, ktorú nájdete na internete zdarma. Online kontrola preklepy vyhledá a zobrazí vám návrhy na opravu. Pozor však, nevie opraviť umiestnenie čiarok v texte.

TIP: Pomocou klávesy CTRL+A označíte všetok text, ktorý ste v článku napísali (musíte však mať kurzor v textovom editore) a CTRL+C skopírujete. Potom ho už len vložíte do strojčka na hľadanie preklepov (napr. [SK-spell](#)) a opravíte chyby :)

Ak s gramatikou vážne nie ste kamoši, pošlite text na kontrolu niekomu, kto je v nej viac doma :)

8. Náhľadový obrázok

V článku by nemal chýbať ani náhľadový obrázok. Po rozkliknutí článku by sa mal nachádzať na úrovni prvého odseku vpravo. Je to z toho dôvodu, že čítame

zlava doprava a na začiatku je najdôležitejší prvý odsek, ktorý čitateľa vtiahne do deja.

TIP: Ak využívate platformu alebo šablónu pre WordPress, ktorá takéto zarovnanie podporuje, môžete obrázok pridať cez funkciu náhľadového obrázka. Ak takéto zobrazenie nepodporuje, tak zobrazenie v článku vypnite a do textového editora ho pridajte ručne so zarovnaním vpravo. Na výbere správneho obrázka si dajte taktiež záležať. Je to vec, ktorá tiež rozhoduje o tom, či si človek váš článok všimne a zaujme ho (najmä na sociálnych sieťach alebo vo výpise článkov na blogu)

9. Obrázky v texte

Ak je váš článok príliš dlhý, je dobré oživiť ho pridanými obrázkami.

TIP: Obrázky v texte nemusia byť nahusto, stačí ak sa občas nejaký zobrazí a dodá textu príjemnejšiu tvár. Obrázky a fotky radšej kupujte z fotobanky (ceny od 1 dolár/fotka). V prípade, že používate voľne stiahnuteľné fotky, dobre si naštudujte pravidlá ich používania.

Pred pridaním obrázkov do článku ich však nezabudnite správne optimalizovať, aby vám web zbytočne nezatažovali a nespomaľovali. Návod ako na to nájdete [v tomto článku](#).

10. Call to action na konci článku

Call to action (výzva k akcii) na konci článku jednoducho musí byť. Môže to byť opäť výzva na stiahnutie e-booku či na to, aby vás kontaktovali, alebo to môže byť prihlásenie na odber noviniek.

TIP: Najlepšia forma výzvy k akcii na konci článku je tzv. optin box - teda box (formulár), do ktorého môžu ľudia rovno zadať svoj e-mail a zapísať sa na odber či získať e-book, alebo formou optin obrázka, na ktorý ak návštevník kline, tak sa mu zobrazí formulár. Obrázok či box by mal byť farebne výrazný, aby ho nik neprehliadol.

11. Zaradenie článku do kategórie a štítku

Kategórie a štítky nám nielen pomáhajú udržať prehľad v článkoch, ale taktiež zlepšujú vytúženú SEO optimalizáciu (teda zvyšujú pozície v google). Vo WordPresse nájdete kategórie a štítky v pravom bočnom paneli pri editácii článku.

TIP: Štítky (tagy) môžete vytvárať aj na longtailové frázy, teda viac slovné názvy, ktoré sú v podstate opäť kľúčovými slovami k danej téme článku. Googlu tak jasne dávate najavo, o čom váš článok je a on vás za to odmení lepším miestom vo svojom rebríčku.

12. Nastavte titulok, popisok a kľúčové slovo v SEO nastaveniach

Ak chcete byť čo najvyššie vo výsledkoch google, nastavenie SEO titulku, popisku a kľúčového slova by ste nemali nikdy nechať nepovšimnuté!

SEO titulok je nadpis vášho článku, ktorý sa zobrazí v Google, SEO popisok je úryvok textu ktorý sa zobrazí pod nadpisom a kľúčové slovo je to, čo dáva googlu vedieť o téme vášho článku. Na základe týchto údajov sa google rozhoduje, na akom mieste vás vo výsledkoch vyhľadávania zobrazí. SEO optimalizácia je celá veda, toto je však minimum, ktorým by ste nemali opovrhovať :)

TIP: Kľúčové slovo by sa malo nachádzať v nadpise, v SEO popise, prvom odseku článku, aj v podnadpise. Ak využívate WordPress, tak môžete na nastavenie SEO použiť plugin Yoast alebo All in Seo One.

Viac tipov, ako robiť SEO optimalizáciu článkov, aby sa zobrazovali na prvých stránkach vo vyhľadávačoch ako je Seznam alebo Google, nájdete [v online kurze Prvá stránka v Google](#).

13. Tlačidlá sociálnych sietí

Na konci článku aj na boku článku (pri rolovaní) by vám nemali chýbať ani tlačidlá sociálnych sietí na zdieľanie či označenie "páči sa mi". Na väčšine

platformami zobrazenie sociálnych sietí stačí nastaviť len raz a do článkov sa už pridajú automaticky.

TIP: S počtom tlačidiel sociálnych sietí to nepreháňajte. Čím menej viditeľných možností, tým viac zdieľaní a "páči sa mi". Spomedzi tlačidiel sociálnych sietí by vám rozhodne nemali chýbať tlačidlá Facebooku, ak je váš blog biznisový, tak LinkedIn, prípadne ak pridávate veľa obrázkov, tak napr. Pinterest. Ostatné tlačidlá sociálnych sietí môžete skryť pod jedno tlačidlo "Viac", ktoré po kliknutí ukáže ostatné siete ako napr. Google+, Tweeter a pod.

14. Vizitka autora

Pod článkom by rozhodne mala svietiť aj vaša fotka a meno s krátkym bio a odkaz, kde sa o vás dozvedia viac. Nastaviť BIO autora a jeho zobrazenie pod článkom taktiež stačí len raz a bude sa zobrazovať pod každým článkom, ktorý pridáte.

TIP: Vytvorte si Gravatar, aby sa pri vašom BIO zobrazovala aj vaša fotka. Tá sa potom bude zobrazovať aj pri komentároch.

15. Komentáre pod článkom

Pre rozvoj komunikácie je dobré mať pod článkom aj komentáre. Využívať môžete napr. Facebook komentáre alebo systémové komentáre vašej platformy, napr. vo WordPress-e WP komentáre.

TIP: Výhodou Facebookových komentárov je, že záznam o komentovaní sa často zobrazí aj v profile človeka, ktorí komentár zanechal a cez tento záznam môžu na váš článok prísť ďalší ľudia. Nevýhodou Facebookových komentárov je, že ich oproti WP komentárom nemáte takpovediac pod palcom.

Pri WP komentároch si môžete nastaviť upozornenia na nové komentáre, ktoré vám prídu na e-mail. Pri WordPress komentároch si tiež môžete nastaviť ich schvaľovania, napr. pokiaľ komentár neschválite, tak sa na stránke či pod článkom nezobrazí. Samotné pridanie článku a technické zvládnutie už máte za sebou. Teraz je článok potrebné ešte poriadne sporpagovať:

16. Pridajte článok na osobný profil na Facebooku

Pridajte článok na svoj osobný profil na sociálnych sieťach - teda na Facebooku, a ak je to odborný článok tak aj na LinkedIn či iných, ktoré využívate.

TIP: Nový článok na Facebook pridávajte v čase keď je na ňom najviac ľudí - tj. medzi 19 - 21h.

Ak chcete z Facebooku vyťažiť maximum, tak návod ako na to nájdete [v kruze FB Naruby](#).

17. Článok pridajte na svoju fanpage

Ak máte k svojmu webu na Facebooku fanpage, tak článok nezapodnajte pridať aj na ňu.

TIP: Facebook stránka je mocná čarodejka a alen veľmi málo ľudí ju využíva správen a naplno. Ak chcete zistiť, ako s fanpage pracovať, aby prinášala výsledky a klientov, mrknite na kurz [Král Fanpage Premium](#).

TIP 2: Ak chcete, aby váš článok videlo a čítalo ešte viac ľudí a potenciálnych klientov, podporte ho reklamou. Ak nastaviť a spustiť efektívnu reklamu sa naučíte v kurze [Facebook reklama po lopate](#).

18. Článok pridajte do facebookových skupín

Nový článok môžete pridať aj do facebookových skupín, ktoré sa zaoberajú rovnakou alebo súvisujúcou témou ako vy. Vyhľadáte ich priamo na Facebooku pomocou zadania kľúčových slov vašej témy a označíte si zobrazenie skupín.

TIP: Do niektorých skupín je potrebné najprv požiadať o schválenie pridania sa do skupiny, prípadne vám musí niekto poslať pozvánku. Skôr však, než do skupiny začnete postovať svoje príspevky, spravte si prieskum a pozrite sa, aká atmosféra je v skupine.

Ak vidíte, že skupinu vedie líder, ktorý ju založil a pridáva do nej príspevky na danú tému najmä on, tak je neetické miešať sa mu do kapusty. Najmä ak má skupinu už pekne rozbehnutú. V opačnom prípade môže vaše príspevky v skupine aj vaše členstvo zrušiť.

19. Pošlite mailing s odkazom na článok

Ak máte web, tak verím, že vďaka nemu aj budujete svoju e-mailovú databázu (ak nie, mali by ste začať čím skôr). Keď napíšete nový článok, tak dajte svojim ľuďom vedieť, že na webe sú novinky.

TIP: Na hromadné odosielanie e-mailov (aj na zber e-mailových kontaktov na webe cez webový formulár) odporúčam český softvér [SmartEmailing](#). Vďaka nemu presne uvidíte, koľkým ľuďom ste mail s článkom odoslali, koľkí otvorili, klikli a pod.

V [SmartEmailingu](#) si môžete vytvárať aj tzv. segmenty ľudí, napríklad podľa oblasti záujmu. Na základe ich zájmu im budete posielat' cielený obsah, ktorý ich zaujíma.

20. Pridajte odkaz na článok aj do linkovacích služieb

Ak ste práve nenapísali PR-článok, tak spropagovať ho môžete aj prostredníctvom linkovacích služieb, ktoré denne čítajú a hlasujú na nich tisícky ľudí.

Na Slovensku je to napr. www.vybrali.sme.sk a v Česku www.linkuj.cz

TIP: Skôr, než tu svoj prvý článok uverejníte, prečítajte si pravidlá používania, aby vás nezablokovali hneď pri prvom odkaze, ktorý do linkovacej služby hodíte.