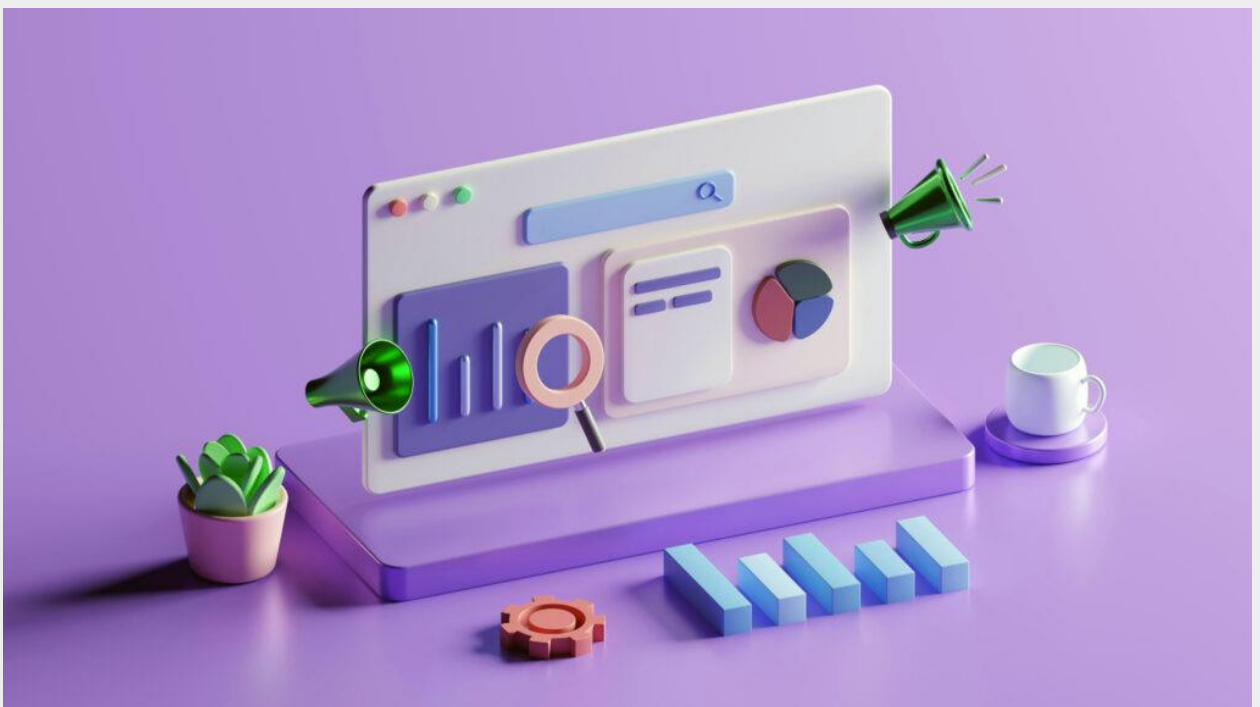




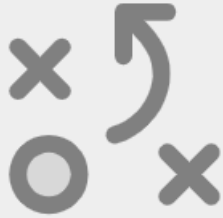
Roadmap по запуску корпоративного блога

Задачу запуска корпоративного блога для бизнеса может решить агентство. А также фрилансеры или собственные сотрудники, чаще всего это маркетологи или интернет-маркетологи.



Основные этапы запуска блога

Если на начальном этапе определить запуск блога как основную цель проекта, то в рамках достижения данной цели можно выделить ряд основных этапов и задач:



Описание стратегии

Стратегия выступает основой для дальнейшей работы по проекту, в ней определяются основная цель и задачи блога, будет ли он авторским, каким будет TOV, а также бюджеты, сроки, форматы отчетов, KPI и прочие подробности. В стратегии также описываются принципы модерации и работы с комментариями, а ещё структура, основные категории и политика по меткам (тэгам). Чаще всего стратегия оформляется в презентации.



Формирование мини-редакции, авторов и рабочей группы

Для стабильной работы блога очень важна рабочая группа и группа авторов, которые будут писать статьи т. к. это непосредственно влияет на качество контента в блоге.



Разработка дизайна

В случае с корпоративными блогами для крупных бизнесов дизайн блога часто переделяется фирменным стилем компании. Блог также можно встроить в текущий сайт и наследует его дизайн, отрисовка элементов интерфейса свойственных именно блогу остаётся важной частью разработки дизайна.



Составление контент-плана

Контент-план на этапе подготовки к запуску блога рекомендуется прописывать на 3 месяца вперед, т. к. очень важно сразу после запуска выйти на стабильный и уверенный ритм публикации статей на актуальные для бизнеса темы. Хорошей практикой для контент-плана является синхронизация его с годовым планом продвижения, который есть у департамента маркетинга и сбыта.



Разработка сайта блога

Сайт блога можно разместить на отдельном доменном имени `blog.website.ru` или встроить в текущий сайт как подраздел `website.ru/blog`. Сайт можно разработать полностью с нуля, но чаще всего используют готовая система управления сайтом (CMS). Это позволяет значительно сократить сроки и стоимость работ. Наиболее популярной системой управления для блогов является [WordPress](#) CMS. Это очень тонко настраиваемая CMS. Для неё сделано множество плагинов и шаблонов. Она также имеет одно из крупнейших сообществ среди разработчиков и веб-мастеров.



Настройка лид-магнитов

Лид-магниты – это различные интерактивные встройки и виджеты, которые расширяют возможности блога и делают взаимодействие пользователей с блогом более интерактивным и вовлекающим. Бизнес может использовать лид-магниты для конвертации читателей блога в клиентов или для получения их персональных данных для дальнейшей персонализированной коммуникации. В качестве лид-магнитов могут выступать следующие функциональные элементы:

- форма получения раздаточного материала за подписку;



- Голосования или квизы;
- Тизеры со ссылкой на продукты и услуги в магазине компании;
- Различные конфигураторы и калькуляторы;
- Интерактивные сервисы и мини-игры.



Написание стартового набора статей

При запуске блога на нём уже должно быть размещено какое-то количество статей. Обычно это 3–4 статьи, которые призваны заинтересовать пользователя и способствовать его подписке на блог.



SEO (поисковая оптимизация)

Блог чаще всего делается для привлечения органического трафика из поиска (Яндекс и Google). Поэтому особенно важно произвести работы по SEO старта блога и продолжать



их после его запуска. Это достаточно широкая тема, которую можно описывать отдельной статьёй, но вот особенно важные моменты:

- В современных реализациях блог должен быть авторским, на каждой статье должен быть указан автор с фотографией, должностью и ссылкой на подробную страницу автора с его имени. На странице автора должна быть биография, достижения, опыт работы и образование с дипломами.
- Внутренняя оптимизация блога—это базовая гигиена. Должны быть проставлены meta теги и обеспечена эффективная структура и внутренняя перелинковка.
- Внешняя оптимизация включает в себя получение ссылок на блог с других авторитетных сайтов по схожей тематике. Например, можно приглашать внешних авторов, которые в дальнейшем сделают анонс со ссылкой на своем сайте или блоге.



Размещение статей на сайте

Контент-маркетологи, которые размещают статьи в блоге, также играют важную роль в процессе работы над блогом т. к. качество и разнообразие подачи информации в блоге с учётом ранее разработанного дизайна сильно влияет на вовлеченность пользователей.



Формирование медиаплана по продвижению блога

Чаще всего крупные проекты блогов используют дополнительное продвижение и не полагаются только на органический поиск. Это особенно важно на старте блога т. к. на индексацию статей в поисковых системах и роста поведенческих факторов может потребоваться несколько месяцев.

Пример медиаплана

Канал	Клики	Охват	CPM	CPC	Цена
Контекстная реклама	100	—	—	11	50 000
Медийная реклама	50	20 000	1 500	—	60 000
Таргетированная реклама	20	15 000	2 400	69	40 000
Рассылка	5	—	—	—	10 000

Чаще всего статьи в блоге дополнительно публикуют в формате анонсов в социальных сетях компании, а так делают почтовую рассылку о запуске блога и о опубликованных в нем статьях. Дополнительными инструментами продвижения блога может стать контекстная реклама по релевантным запросам на поиске и медийная реклама по интересам и портрету потенциальных посетителей.



Дизайн, вёрстка и настройка почтовых рассылок с анонсами и дайджестом

Хорошей практикой при запуске корпоративного блога также является настройка приветственного письма для новых подписчиков, а также настройка ежемесячного дайджеста с анонсами новых публикаций. Дизайн и верстка писем для таких рассылок обычно делается вместе с дизайном и разработкой сайта блога для обеспечения единого визуального стиля. Это позволяет выработать у подписчиков хорошую визуальную ассоциацию блога с его рассылками.



Размещение блога в интернете и старт рекламной кампании

Размещение сайта блога на веб-сервере может происходить до его официального запуска. Это зависит от особенностей веб-разработки. Формально, запуск блога происходит, когда он становится доступен для пользователей. Доступен по адресу, который был для него выбран, например <https://blog.website.ru/>. К моменту запуска блога все рекламные кампании и рассылки должны быть настроены и также готовы к запуску.



Обычно их запускают на несколько дней позже. Это позволяет обеспечить период публичного тестирования блога после его технического запуска.

Для оптимизации сроков запуска блога многие этапы могут быть сделаны параллельно. Например, после утверждения общей стратегии, дизайн блога и составление контент-плана можно делать параллельно.

Посмотрите больше интересных [проектов по интернет-маркетингу](#) в моём портфолио.