



JAK PISAĆ TEKSTY BLOGOWE?

Przewodnik widoczni

Teksty blogowe - dlaczego warto je pisać?

Teksty blogowe to **dłuższe teksty, które pozwalają budować pozycję eksperta w branży** - dostarczać wiedzę, odpowiadać na pytania użytkowników, a także porównywać oferty czy wskazywać najkorzystniejsze rozwiązania. Długość tekstu blogowego może różnić się w zależności od omawianego zagadnienia.

Jak długi powinien być tekst blogowy?

Na stronie www warto umieszczać zarówno krótkie, jak i dłuższe formy blogowe. Im więcej wpisów wysokiej jakości - tj. poprawnych merytorycznie i atrakcyjnych dla użytkownika, tym lepiej. Teksty blogowe doceniają bowiem nie tylko potencjalni klienci, odwiedzający stronę i szukający informacji, ale i algorytm Google, który ocenia taką stronę jako bardziej przyjazną dla użytkownika - a ta ocena wpływa pozytywnie na widoczność domeny w internecie.

Teksty blogowe możemy podzielić ze względu na objętość:

- 2500-3000 zzs - krótkie teksty blogowe, opisujące prosty temat, np. *jak działa młynek ceramiczny*;
- 3000 - 5000 - dłuższe teksty blogowe, obejmujące kilka zagadnień, np. *jaki młynek do mielenia kawy wybrać*;
- 5000 - 7000 - j.w.;
- 10 000 + - b. długie teksty blogowe, np. obszernie porównanie kilku modeli młynków kawowych dostępnych w ofercie.

To, jak długi jest dany tekst blogowy powinien determinować temat. **Warto, żeby blog był merytoryczny, zawierał istotne z punktu widzenia użytkownika informacje. Nie warto sztucznie wydłużać treści** - lepiej stworzyć kilka krótkich artykułów blogowych lub zastanowić się nad opisaniem bardziej złożonego tematu - obszernego bloga, który poruszać będzie kilka powiązanych ze sobą wątków.

O czym pisać teksty blogowe?

Sekcja blogowa jest świetnym miejscem na obszerne tłumaczenie mechanizmów, opisu zastosowania grupy produktów oferowanych w sklepie, lub poradnika. Skąd brać pomysły na tematy?

- 1) W poszukiwaniu inspiracji na tematy blogowe **warto odwołać się do potrzeb użytkowników** i w pierwszej kolejności opisać to, co często jest niejasne, co budzi wątpliwości. Za pomocą treści blogowych możemy edukować użytkownika. Jeśli zrobimy to w prosty, atrakcyjny i przystępny sposób, zwiększamy szansę na konwersję teraz lub w przyszłości.
- 2) **Warto analizować działania konkurencji** - jeżeli konkurencja o czymś pisze, to warto również uwzględnić ten temat w planowaniu tematów artykułów blogowych. Oczywiście, stworzony na potrzeby naszego bloga **tekst musi być unikalny** - niedozwolone jest kopiowanie treści z innych stron.
- 3) Szukając tematów na firmowego bloga **warto też korzystać z narzędzi**, m.in. bezpłatnego narzędzia <https://answersocrates.com/>. Wpisanie ogólnej frazy w wyszukiwarkę narzędzia, np. *kawa*, generuje propozycje fraz wpisywanych często przez użytkowników Google. Frazy te można podzielić na grupy ze względu na pytania, które zaczynają się od:
 - Co
 - Dlaczego
 - Gdy
 - Gdzie / Gdzie jest / Gdzie są
 - Jak / W jaki sposób
 - Który

Pozostając przy tym przykładzie, **warto wykorzystać wygenerowane frazy jako bazę do tytułu** artykułu blogowego - można oczywiście go zmodyfikować lub rozwinąć. Przykład:

Kawa bezkofeinowa w ciąży (frazą) - czy można ją pić bez obaw?
(rozwinięcie)

Teksty blogowe - wytyczne dotyczące przygotowania tekstów pod kątem SEO

Tekst blogowy stworzony pod kątem SEO powinien być przede wszystkim **przyjazny dla użytkownika i nasycony frazami**. Aby lepiej pracował na wyniki, warto zadbać o wyróżnione przez nas poniżej elementy.

Przejrzysta struktura tekstu

Struktura tekstu to bardzo istotny element, na który w pierwszej kolejności zwracają uwagę użytkownicy. Atrakcyjna wizualnie podstrona zachęca do pozostania na dłużej i zwiększa szansę na podjęcie decyzji zakupowej użytkownika. **Jak zadbać o przejrzystą strukturę tekstu?**

1) Stosując trójdzielną kompozycję

Wstęp - rozwinięcie - zakończenie, to elementy, które musi posiadać każdy tekst blogowy, niezależnie od jego długości.

We wstępie artykułu blogowego powinna znaleźć się teza lub odpowiedź na pytanie zawarte w tytule. Przykładowo, pisząc artykuł na temat *Kawa bezkofeinowa w ciąży - czy można ją pić bez obaw?* już we wstępie należy odpowiedzieć na to pytanie. Sekcja dotycząca rozwinięcia, czyli kolejne h2 powinny zawierać uzasadnienie tej tezy. Tworząc artykuł blogowy nie można

zapominać też o podsumowaniu, które jest zakończeniem tekstu. Nie musi być długie - często wystarczy kilka zdań.

W zakończeniu warto umieścić nie tylko zdanie podsumowujące, ale i nawiązanie do oferty, zachęcenie do działania (Call To Action). W przypadku wspomnianego tematu może to być informacja, że nasz sklep internetowy z kawą poleca kawy bezkofeinowe, które bez obaw mogą pić też kobiety w ciąży. W takiej sytuacji warto również umieścić anchor - link do wskazanej kategorii (szerzej o anchorach piszemy w sekcji "Stosowanie linkowania wewnętrznego"). **Czy warto stosować CTA? Warto - ułatwiamy bowiem decyzję zakupową osobie, która trafiła na artykuł blogowy.** Umieszczenie linku z wezwaniem do działania sprawia, że zwiększa się prawdopodobieństwo konwersji.

2) Stosując nagłówki

Nagłówki w przypadku artykułów blogowych, powinny być (tak jak przy tworzeniu innych treści), **stosowane hierarchicznie, tj. h1, h2, h3, itd.** Nagłówek h1 jest tytułem bloga, w tekście więc powinien znaleźć się raz. Kolejne większe zagadnienia opisywane w artykule warto wyodrębnić nagłówkiem h2, którego tytuł opisywać będzie zawartość. H3 to z kolei rozwinięcie h2, itd.

Dla przejrzystości tekstu warto również stosować akapity, oddzielające większą myśl - akapit nie zawsze musi posiadać nagłówek h2.

3) Dodając listy i wypunktowania

Listy i wypunktowania to **dobry sposób na uporządkowanie tekstu.** Jeśli na przykład wymieniamy rodzaje dostępnych produktów lub opisujemy instrukcję wykonania czegoś krok po kroku, warto zastosować listy i wypunktowania. Zabieg ten sprawia, że tekst jest bardziej przejrzysty - wylistowany/wypunktowany fragment rzuca się w oczy.

4) Stosując pogrubienia

Pogrubienia, czyli boldy, to **świetny sposób na szybkie podkreślenie istotnych fragmentów.** Warto pamiętać o tym, że tak naprawdę mało kto czyta teksty dla

przyjemności - **użytkownicy często szukają konkretnych informacji. Boldy ułatwiają skanowanie tekstu i odnalezienie interesującego fragmentu.** Uwaga - pogrubienia nie powinny zajmować więcej niż ok. 30% tekstu - w przeciwnym razie uzyskamy efekt przeciwny do zamierzonego i zamiast ułatwić odbiór treści, utrudnimy go.

5) Urozmaicając tekst elementami dodatkowymi

Tabele, infografiki, boxy, zdjęcia - to elementy, które warto stosować w tekstach blogowych - szczególnie dłuższych. Sprawiają, że **tekst jest wizualnie atrakcyjniejszy**, często też dopełniają treść pod kątem merytorycznym. Ważne, by nie stosować elementów dodatkowych na siłę - tu też należy zachować umiar i odpowiednio dobrać stosowane elementy do tematu.

Nasycenie frazami związanymi z tematem

Tekst blogowy, podobnie jak inne typy tekstów, przyjaznych SEO, powinien zawierać frazy. Skąd je wziąć? Jeśli artykuł powstaje we współpracy z pozycjonerem, temat jest prosty - frazy są podane. Jeśli tworzymy treść we własnym zakresie, do ich wygenerowania można użyć narzędzi, np. Surfer, lub postawić na **nasycenie naturalne**. W przypadku wybranego tematu blogowego, np. *Kawa bezkofeinowa w ciąży - czy można ją pić bez obaw?*, frazami będą sformułowania - *kawa, kawa bezkofeinowa, kawa w ciąży, czy można pić kawę w ciąży, czy można pić kawę bezkofeinową w ciąży, ciąża a kawa*, itp. wyrazy i sformułowania, nawiązujące (nawet luźno) do tematu. Wskazane **frazy powinny znaleźć się również w nagłówkach h2/h3** (czyli zamiast h2 *fakty i mity* lepiej napisać *fakty i mity na temat kawy bezkofeinowej*).

Stosowanie linkowania wewnętrznego

Linkowanie wewnętrzne służy zwiększeniu autorytetu strony w ocenie Google. Jest też funkcjonalne dla użytkowników. **Co warto linkować?**

- **opisywane w tekście produkty albo grupy produktów** (np. jeśli porównujemy młynki ceramiczne i stalowe, warto odestać użytkownika do tych kategorii)
- **pokrewne artykuły, które znalazły się już na naszym blogu.** Przykładowo, jeśli w innym artykule opisywaliśmy już szczerzej zagadnienie, o którym teraz wspominamy, warto umieścić odnośnik do niego w treści. Warto również wracać do napisanych już artykułów, by w nich umieszczać wspomniane linki, czyli anchory.

Jak linkować? Umieszczając link do wybranej podstrony w treści tak, by po kliknięciu we frazę przenosił do wskazanej podstrony. Unikajmy sformułowań "przeczytasz tutaj" - lepiej napisać "przeczytasz w naszym artykule kawa w bezkofeinowa w ciąży - czy można ją pić bez obaw?"