

TWOJA E-PLATFORMA JAK SIĘ WYBIĆ W ŚWIECIE PEŁNYM ZGIEŁKU



MICHAEL HYATT, jeden z pionierów sieci społecznościowych i blogowania, dzieli się swoimi pomysłami. To gwarancja udanej kampanii mającej na celu zwiększenie widoczności w internecie. Czerp z jego doświadczeń i zaoszczędź sobie frustracji. Zyskaj czas i pieniądze, korzystając z jego szczegółowych wskazówek.

SKIP PRICHARD, prezes zarządu i dyrektor wykonawczy Ingram Content Group Inc.

MICHAEL HYATT

PISARZ Z LIST BESTSELLERÓW „NEW YORK TIMESA”

Tytuł oryginału: Platform: Get Noticed in a Noisy World

Tłumaczenie: Arkadiusz Romanek

ISBN: 978-83-246-6299-9

© 2012 by Michael Hyatt

All rights reserved. No portion of this book may be reproduced, stored in a retrieval system, or transmitted in any form or by any means – electronic, mechanical, photocopy, recording, scanning, or other – except for brief quotations in critical reviews or articles, without the prior written permission of the publisher.

All rights reserved. The Licensed Work published under license.

Polish edition copyright © 2013 by Helion S.A.

All rights reserved.

All rights reserved. No part of this book may be reproduced or transmitted in any form or by any means, electronic or mechanical, including photocopying, recording or by any information storage retrieval system, without permission from the Publisher.

Wszelkie prawa zastrzeżone. Nieautoryzowane rozpowszechnianie całości lub fragmentu niniejszej publikacji w jakiegokolwiek postaci jest zabronione. Wykonywanie kopii metodą kserograficzną, fotograficzną, a także kopiowanie książki na nośniku filmowym, magnetycznym lub innym powoduje naruszenie praw autorskich niniejszej publikacji.

Wszystkie znaki występujące w tekście są zastrzeżonymi znakami firmowymi bądź towarowymi ich właścicieli.

Autor oraz Wydawnictwo HELION dołożyli wszelkich starań, by zawarte w tej książce informacje były kompletne i rzetelne. Nie biorą jednak żadnej odpowiedzialności ani za ich wykorzystanie, ani za związane z tym ewentualne naruszenie praw patentowych lub autorskich. Autor oraz Wydawnictwo HELION nie ponoszą również żadnej odpowiedzialności za ewentualne szkody wynikłe z wykorzystania informacji zawartych w książce.

Drogi Czytelniku!

Jeżeli chcesz ocenić tę książkę, zajrzyj pod adres

<http://onepress.pl/user/opinie/twepla>

Możesz tam wpisać swoje uwagi, spostrzeżenia, recenzję.

Wydawnictwo HELION

ul. Kościuszki 1c, 44-100 GLIWICE

tel. 32 231 22 19, 32 230 98 63

e-mail: onepress@onepress.pl

WWW: <http://onepress.pl> (księgarnia internetowa, katalog książek)

Printed in Poland.

- [Kup książkę](#)
- [Poleć książkę](#)
- [Oceń książkę](#)

- [Księgarnia internetowa](#)
- [Lubię to! » Nasza społeczność](#)

Spis treści

<i>Wprowadzenie. Świat jest teatrem</i>	15
CZĘŚĆ PIERWSZA. ZACZNIJ OD WOW!	21
1. Stwórz atrakcyjny produkt	23
2. (Przy)gotuj produkt na ogniu fascynacji	27
3. Wyjdź ponad oczekiwania rynku	33
4. Uwaga na przeszkody	40
5. Nie gódź się na mizериę	42
6. Wybierz dla swojego produktu łatwą do zapamiętania nazwę	46
7. Stylowe opakowanie dla niezapomnianego wrażenia	50
CZĘŚĆ DRUGA. PRZYGOTOWANIA DO STARTU	55
8. Weź na siebie odpowiedzialność	57
9. Myśl o czymś większym! Nie... o jeszcze <i>większym!</i>	60
10. Zdefiniuj cele swojej platformy	64
11. Stwórz prezentację wynoszącą	67
12. Skonfiguruj narzędzia tworzenia marki	71
13. Skompletuj załogę	75
14. Zadbaj o świetne referencje	80
15. Zrób sobie świetne zdjęcie portretowe	84
16. Opracowanie zestawu niezbędnika medialnego w trybie online	87
CZĘŚĆ TRZECIA. ZBUDUJ BAZĘ DOMOWĄ	97
17. Zapoznanie z modelem platformy	99
18. Koncentracja wysiłków w trybie online	102

12 Spis treści

19. Strzeż się samozwańczych ekspertów mediów społecznościowych	105
20. Rozpocznij pisanie nowego bloga (lub reaktywuj stary)	108
21. Sam twórz zawartość swojego bloga	115
22. Korzystaj z szablonu wpisu	117
23. Stwórz listę pomysłów na artykuły	120
24. Twórz swoje wpisy szybciej	124
25. Twórz nagrania wideo z wywiadów	128
26. Nie zatrudniaj korektora	132
27. Chroń swoją własność intelektualną	134
28. Unikaj typowych błędów blogerów	138
29. Stwórz lepszą stronę „O mnie”	142
30. Opracowanie stron docelowych	150
31. Tworzenie strony poświęconej wystąpieniom publicznym	155
32. Zapomnij o statystykach (na razie)	164
CZĘŚĆ CZWARTA. DOTRZEĆ JAK NAJDALEJ	167
33. Pożegnaj starą formę marketingu	169
34. Zrozum, co <i>nie</i> jest ważne	173
35. Generowanie większego ruchu na blogu	176
36. Tworzenie listy subskrybentów	182
37. Promuj swoje wcześniejsze wpisy	187
38. Publikuj wpisy gościnne	191
39. Podaruj kilka przedmiotów	194
40. Nie trać już swoich czytelników	198
41. Zwróć uwagę na te dane	200
42. Zaprzyjaźnij się z Twitterem	203
43. Opanuj podstawy Twittera	207
44. Nie rezygnuj z Twittera!	215
45. Poświęć trzydzieści minut dziennie	219
46. Zbierz więcej obserwatorów	221
47. Jak bronić się przed kliknięciami na przycisk „Przestań obserwować”?	227
48. Wykorzystaj Twittera do promowania swojego produktu	231

49. Stwórz fan page na Facebooku	235
50. Zastosuj spójną strategię kreowania marki	239
51. Bądź przygotowany do wykorzystania mediów tradycyjnych	241
CZĘŚĆ PIĄTA. ZAANGAŻUJ SWOJE PLEMIĘ	247
52. Zdobądź większą liczbę komentarzy	249
53. Nie odpowiadaj na wszystkie komentarze	252
54. Niech rozmowa będzie na poziomie	254
55. Opracowanie polityki reguł komentowania	257
56. Stosuj zasadę 20-do-1	260
57. Monitoruj swoją markę	262
58. Broń swojego wizerunku	265
59. Nie dokarmiaj trolli	273
60. Zarabianie na blogu	275
WNIOSKI. Zrób pierwszy krok	279
DODATEK A. Zgodność z wytycznymi FTC	281
DODATEK B. Pomysły dla powieściopisarzy	287
<i>Zasoby</i>	291
<i>Podziękowania</i>	295
<i>O autorze</i>	297
<i>Skontaktuj się z autorem</i>	299

Świat jest teatrem

Ponad cztery wieki temu William Szekspir napisał: „Świat jest teatrem¹”, a dziś jego słowa są prawdziwsze niż kiedykolwiek wcześniej. Jeśli masz coś do powiedzenia — czy to za pośrednictwem bloga, wystąpienia, książki, piosenki, scenariusza, kazania lub sztuki scenicznej — jesteś na scenie. Jeśli masz coś do sprzedania — niezależnie od tego, czy rozmawiasz z klientem twarzą w twarz, czy stoisz przed wielkim tłumem, czy może sprzedajesz w internecie — także znajdujesz się na scenie.

Jednak ta scena nigdy nie była bardziej zatłoczona. Przebywanie na niej nie ma większego znaczenia, jeśli to nie na Tobie koncentruje się światło reflektorów lub jeśli widownia jest pusta.

Ta książka opowiada o tym, jak przyciągnąć publiczność, włączyć najjaśniejsze reflektory i pielegnować relacje oparte na pasji i lojalności, dzięki którym Twoja publiczność będzie z Tobą do ostatniego wiersza, ostatniej sceny czy ostatniego aktu. Nie chodzi tu o dopieszczanie własnego ego lub pozostanie w centrum zainteresowania. Chodzi o to, aby przekazywać coś wartościowego i znajdować najskuteczniejsze sposoby przekazywania tych wartości, tak aby mogli z niej skorzystać także inni ludzie.

Jeśli jesteś początkującym (lub już z sukcesami) pisarzem, artystą, muzykiem, mówcą, sprzedawcą, kandydatem na urząd publiczny — kimkolwiek, kto ma coś do powiedzenia lub do sprzedania — chciałbym pomóc Ci dostać się na scenę i zostać zauważonym po to, aby sukces wykraczający poza marzenia z Twoich najśmielszych fantazji stał się Twoim udziałem.

¹ Ze sztuki Szekspira zatytułowanej *Jak wam się podoba* w przekładzie Stanisława Barańczaka — *przyp. tłum.*

NOWA SCENA

Prawdopodobnie nigdy wcześniej o mnie nie słyszałeś, chyba że jesteś w jakiś sposób związany ze światem wydawniczym lub obserwujesz mojego bloga. Nie jestem wszak celebrytą, nie prowadzę własnego talk show w telewizji kablowej, nie nagrałem piosenki, która trafiła na pierwsze miejsce na listach przebojów, ani nie startuję w wyścigu o jakikolwiek urząd. (Dzięki Bogu...).

Jednak mimo wszystko ja mam już coś, czego Ty potrzebujesz — coś, czego mocno pragniesz, jeśli liczysz na osiągnięcie sukcesu w swojej dziedzinie. Tym czymś jest *platforma*.

W najprostszym rozumieniu tego słowa platforma jest podestem, na którym musisz stanąć, aby być słyszany. To Twoja scena. Jednak w przeciwieństwie do sceny teatralnej w dzisiejszych czasach platformy nie buduje się z drewna lub betonu ani nie stawia na trawiastym wzgórzu. Dzisiaj platformy buduje się z ludzi. Kontaktów. Relacji. Fanów.

Twoja platforma jest środkiem, dzięki któremu możesz dotrzeć do Twoich aktualnych lub potencjalnych fanów. Wśród narzędzi wykorzystywanych do budowy platformy może znajdować się strona internetowa firmy, blog, profile w serwisach takich jak Twitter i Facebook, kanał wideo w trybie online lub podcast. Równie dobrze środek ten może zawierać prezentacje występów, nagrania z koncertów muzycznych lub rozrywkowych. Być może w tej samej kategorii znajdują się także informacje na temat Twoich występów w tradycyjnych mediach — w prasie codziennej lub periodykach albo w audycjach radiowych. Najprawdopodobniej będzie to kombinacja wszystkich tych elementów.

KTO

Tak jak to bywało w minionych czasach, także i dziś sukces zależy nie tyle od tego, *co wiesz* lub *co masz*, ale od tego, *kogo znasz*. I to właśnie te *znajomości* są jądrem Twojej platformy. Może dysponujesz już tym — lub uważasz, że dysponujesz — co można nazwać tym istotnym *czymś*. Musisz jednak sprawić, aby Twój głos wybił się ponad zgłęb tysięcy innych głosów. Musisz także być w stanie zaprezentować komuś Twoje genialne *coś*. Ja pomogę Ci znaleźć te *znajomości*, wykorzystując równanie na sukces.

Możesz się zastanawiać, dlaczego miałbyś czytać to, co mam do powiedzenia. Oto dlaczego. Na moim blogu pojawia się miesięcznie ponad czterysta tysięcy internautów. Ponadto mam ponad pięćdziesiąt tysięcy subskrybentów codziennych wpisów na blogu. Tak naprawdę ta książka opiera się

w dużej części na wielu spośród moich artykułów na temat sieci społecznościowych. Tak wielu ludzi proponowało mi, abym zebrał wszystkie przemyślenia na ten temat w jednym miejscu, że w końcu napisałem książkę (uzupełniając wpisy pewnymi istotnymi dodatkami). Mam także ponad sto tysięcy obserwatorów na Twitterze i piętnaście tysięcy fanów na Facebooku.

Takie wyniki udało mi się osiągnąć w ciągu ostatnich sześciu lat.

Jako osoba, której udało się zbudować relacje z wieloma osobami, mogę Ci zapewnić, że konstrukcja platformy nie polega już na dobijaniu się do różnych „kluczników”, wydawaniu tysięcy dolarów na konsultantów lub opanowaniu różnych skomplikowanych technologii.

Być może coś takiego było potrzebne pięć lat temu. Ale nie dzisiaj. Technologie mediów społecznościowych wszystko zmieniły. Teraz, po raz pierwszy w historii, osoby nie będące celebrytami — zwykli ludzie, tacy jak ja czy Ty — mogą zostać zauważeni i wiele ugrać w tym świecie wypełniającym się coraz głośniejszym zgiełkiem.

RÓWNANIE

Kilka dni temu otrzymałem e-mail od początkującej autorki, która próbowała znaleźć swoje miejsce wśród milionów konkurujących ze sobą pisarzy. Świat wydawnictw książkowych jest jednym z tych, w których panuje największy zgiełk. Autorka listu jest doskonałym przykładem kogoś, kto wierzy, że jej dzieło (to coś) powinno być wystarczającym elementem zapewniającym osiągnięcie sukcesu. Jej przesłanie było typowe — jako przewodniczący zarządu wydawnictwa Thomas Nelson Publishers co tydzień dostaję wiele tego rodzaju listów. Kobieta pisała:

Dwaj szanowani agenci literaccy stwierdzili, że bardzo spodobała im się moja książka i oferta, dlatego są gotowi do reprezentowania mnie, ale dopiero wtedy, gdy uda mi się zgromadzić rzeszę fanów i obserwatorów na serwisach społecznościowych liczoną w tysiącach. Ten warunek wprawia mnie w konsternację. Czy dobra książka już nie wystarczy? Czy pisarze są obecnie skazani na spędzanie większości swojego czasu pracy na działaniach mających przyciągnąć subskrybentów bloga?

Odpowiedź na pierwsze pytanie brzmi: nie. Dobry produkt nie jest już jedynym wyznacznikiem. Jest podstawą, ale nie wystarczy do osiągnięcia sukcesu. Odpowiedź na drugie pytanie jest z kolei twierdząca. Tak. Trzeba podjąć aktywne działania zmierzające do uzyskania jak największej wartości zmiennej *kt*o w równaniu na sukces. Aby odnieść sukces w dzisiejszym

środowisku biznesowym, potrzebujesz dwóch komponentów: atrakcyjnego produktu *oraz* solidnej platformy.

Obecnie nie wystarczy już stworzyć atrakcyjny produkt, zmajstrować jakiś przekonujący komunikat, skomponować piękny kawałek, napisać cudowną powieść lub walczyć w imię jakiejś istotnej sprawy. Ta prawda jest obecnie bardziej prawdziwa niż kiedykolwiek wcześniej. Dlaczego? Z dwóch powodów:

1. **Nigdy wcześniej nie trzeba było walczyć z większą konkurencją.** Czy robiłeś ostatnio jakieś zakupy w sieci? Ja niedawno szukałem telewizora z płaskim ekranem w serwisie Amazon i po podaniu w wyszukiwarce odpowiedniej frazy otrzymałem 19 069 wyników! To śmieszne, ale tak właśnie wygląda obecnie rzeczywistość, z jaką masz do czynienia, jeśli starasz się przekazać informacje o czymś, co próbujesz sprzedać.
2. **Ludzie są obecnie bardziej rozpraszeni niż kiedykolwiek wcześniej.** Nie chodzi już tylko o to, że dostępnych jest więcej produktów. Wzrosła także liczba mediów przekazu. Mamy do wyboru więcej filmów. Więcej kanałów telewizyjnych. Więcej aplikacji, stacji radiowych, podcastów i gier wideo. Więcej serwisów informacyjnych, blogów, no i jest jeszcze — jakżeby inaczej — Facebook i Twitter. Innymi słowy: uwaga ludzi jest *zasobem ograniczonym* i wszystkie inne media walczące o Twojego przyszłego klienta są Twoją konkurencją.

Takie doświadczenie może być zniechęcające — tak jak demobilizująca była jego świadomość dla początkującej autorki, która zwróciła się do mnie. Tyle że ja widzę w tym szansę. Nigdy wcześniej nie było tak wielu sposobów dotarcia do ludzi! Wystarczy tylko podjąć właściwe działania. I tak w naturalny sposób przechodzimy do zagadnienia budowy platformy.

Istnieją co najmniej trzy korzyści związane z umiejętnym konstruowaniem i starannym pielęgowaniem Twojej platformy:

1. **Platforma zapewnia dostrzegalność.** Słowo *platforma* jest metaforą sceny, o której wspominałem wcześniej. Jest pomostem, na którym znajdujesz się ponad tłumem. Dzięki temu wszyscy mogą Cię zobaczyć. Taki pomost liczy się zwłaszcza teraz, gdy zewsząd otacza nas zgiełk świata, w którym coraz więcej osób i organizacji walczy o naszą uwagę.
2. **Platforma zapewnia wzmocnienie sygnału.** Dzięki niej Twój głos wybije się ponad ryk tłumu. Hałas. Przed pojawieniem się nowoczesnych systemów nagłośnienia kaznodzieje i politycy wspinali się na jakieś wy-

soko położone miejsce, aby ich głos docierał do wszystkich zgromadzonych. Nowoczesne systemy dźwiękowe wykorzystują naturalną akustykę i sprawiają, że głos dociera do dziesiątków tysięcy ludzi. Dzisiaj nowoczesne media — a zwłaszcza media społecznościowe — stanowią okazję, aby jeszcze bardziej zwiększyć zasięg Twojego „głosu”.

3. **Platforma gwarantuje budowanie relacji międzyludzkich.** Platformy mediów tradycyjnych dają szansę na swoistą intymność — ale tylko jednostronną. „Znasz” gospodarza talk show, artystę na scenie lub prelegenta na konferencji. Natomiast media społecznościowe przeniosły to doświadczenie na zupełnie nowy poziom. Sprawily, że możliwa jest intymność obustronna — dwustronne *zaangażowanie*. W efekcie możesz mieć lepszy niż kiedykolwiek wcześniej kontakt ze swoimi fanami, klientami i sympatykami.

Teraz, gdy rozumiesz już podstawowe koncepcje składające się na definicję platformy, wyjaśnię, jak zamierzam pomóc Ci w budowie solidnej, trwałej platformy dla Ciebie, Twoich produktów, usług lub Twojej sprawy.

Z pierwszej części zatytułowanej „Zacznij od Wow!” dowiesz się, jak stworzyć, nazwać i opakować przekonujący produkt (to coś). Jeśli nie zrobisz tego właściwie, wszystko inne nie ma znaczenia. Kiedy już opanujesz te podstawy, możesz wypłynąć na głębokie wody (i przejść do *kto*).

Część „Przygotowania do startu” obejmuje szeroką tematykę — od tworzenia narzędzi służących do budowy wizerunku marki do przygotowania zestawu referencyjnego i stworzenia internetowego zestawu dla mediów.

Następnie przejdziemy do części trzeciej zatytułowanej „Zbuduj bazę domową” (gdzie zajmiemy się szczegółami budowania solidnej strony domowej), a następnie do części czwartej, noszącej tytuł „Dotrzeć jak najdalej”, którą poświęcimy tematyce blogowania, wykorzystania profili Twittera i Facebooka. Książkę zakończymy częścią piątą — „Zaangażuj swoje plemię” — gdzie znajdziesz cenne informacje na temat zagadnienia monitorowania stanu wizerunku marki i wchodzenia w bliskie relacje z odbiorcami Twoich treści.

Platforma została pomyślana tak, aby była książką maksymalnie przyjazną czytelnikowi. Możesz przeczytać całość od deski do deski albo znaleźć temat, który Cię najbardziej interesuje, i skoncentrować się na wybranym rozdziale. (Przypuszczam, że wielu z Was natychmiast przeskoczy do ostatniego rozdziału zatytułowanego „Zarabianie na blogu”).

PROGRAM PARTNERSKI

GRUPY WYDAWNICZEJ HELION



1. ZAREJESTRUJ SIĘ
2. PREZENTUJ KSIĄŻKI
3. ZBIERAJ PROWIZJĘ

Zmień swoją stronę WWW
w działający bankomat!

Dowiedz się więcej i dołącz już dzisiaj!

<http://program-partnerski.helion.pl>

GRUPA WYDAWNICZA

 **Helion SA**

JAK ZYSKAĆ WPŁYWY I ZDOBYĆ LOJALNYCH FANÓW?

Do właścicieli firm, specjalistów ds. PR i marketingu, pisarzy, mówców, sprzedawców, polityków i wszystkich tych, którzy chcą, aby ich przekaz dotarł do jak najszerszego grona WŁAŚCIWYCH odbiorców!

Jeśli chcesz zostać usłyszany, wykorzystaj ekspercki przepis na przyciągnięcie uwagi i spraw, by Twój głos wybił się ponad wirtualny zgłęb!

Naucz się tworzyć trwale związki oparte na pasji i lojalności, dzięki którym Twoja publiczność będzie wiernie za Tobą podążać. Dowiedz się, jak stworzyć własną platformę — środek, za którego pośrednictwem dotrzesz do Twoich aktualnych lub potencjalnych fanów i klientów. W tej książce znajdziesz praktyczne wskazówki, które krok po kroku przeprowadzą Cię przez proces tworzenia solidnej konstrukcji: Twojej wirtualnej sceny, w której skład wejdą strony internetowe, blogi, aplikacje i serwisy społecznościowe wraz z planem zarządzania tym genialnym konglomeratem.

MICHAEL HYATT jest prezesem wydawnictwa Thomas Nelson, profesjonalnym blogerem, pisarzem i mówcą. Jego blog niezmiennie zajmuje jedno z trzech pierwszych miejsc w rankingu źródeł poświęconych zagadnieniom produktywności, przywództwa, wydawnictw i marketingu w mediach społecznościowych.

książkiklasybusiness

Nr katalogowy: 14329



Księgarnia internetowa:
<http://onepress.pl>



Zamówienia telefoniczne:
0 801 339900



0 601 339900

o n e
p r e s s

Sprawdź najnowsze promocje:

- <http://onepress.pl/promocje>
Książki najchętniej czytane:
- <http://onepress.pl/bestsellery>
Zamów informacje o nowościach:
- <http://onepress.pl/nowosci>

Hellon SA
ul. Kościuszki 1c, 44-100 Gliwice
tel.: 32 230 98 63
e-mail: onepress@onepress.pl
<http://onepress.pl>

ISBN 978-83-246-6299-9



9 788324 662999

Cena: 39,90 zł